

## Travail de Bachelor 2014

### Évaluation des impacts économiques du tourisme d'affaires à Saint-Raphaël et analyse du potentiel d'amélioration pour les prestataires touristiques



Etudiante : Laurie Saucy

Professeur : Éric Michellod

Déposé le : 7 juillet 2014

## Résumé

Le présent rapport a pour objectif d'évaluer les différents impacts générés par le tourisme d'affaires à Saint-Raphaël ces dernières années dans le but de montrer l'importance de cette forme de tourisme. Ce travail intervient dans le cadre du stage réalisé au sein du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur qui souhaite s'affirmer sur les réservations de groupes et de tourisme d'affaires et donner moins d'importance aux réservations individuelles. Le deuxième objectif est de présenter les points forts et faibles de la destination et de proposer des idées ayant pour but d'augmenter le tourisme d'affaires à Saint-Raphaël. Afin de réaliser ce travail, une première discussion a eu lieu avec Madame Dorothée Tassan, responsable de l'hébergement au sein du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur dans le but de comprendre le fonctionnement des réservations liées au tourisme d'affaires. Ensuite un entretien a été réalisé avec Madame Pascale Gauthier, responsable du bureau des congrès de Saint-Raphaël pour obtenir les informations liées aux entreprises organisatrices de congrès. Enfin, un long travail de recherche a été effectué dans le but de récolter les informations et les chiffres nécessaires à la rédaction de ce travail et ainsi présenter des propositions pour augmenter le tourisme d'affaires à Saint-Raphaël. Ce travail est divisé en trois parties. Tout d'abord, le premier chapitre présente brièvement le tourisme d'affaires en France. La deuxième partie présente plus en détail le tourisme d'affaires dans la région de Saint-Raphaël. Finalement la dernière partie propose des idées d'amélioration selon les points faibles relevés dans le deuxième chapitre.

*Mots-clés : Tourisme d'affaires, Pôle Estérel Côte d'Azur, Impacts, Propositions, Hébergements*

## **Avant-propos et remerciements**

Le thème de ce travail a été décidé en accord avec Madame Dorothée Tassan, responsable de l'hébergement et Monsieur Régis Courvoisier, directeur du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. Ce thème s'inscrit dans les missions et objectifs du pôle touristique qui souhaite se concentrer sur les réservations de groupes et de professionnels et non plus seulement sur les réservations individuelles qui ont tendance à diminuer chaque année en raison des multiples possibilités de réservations présentes sur internet. Ce travail s'inscrit également dans le choix de l'option principale choisie durant le 5<sup>ème</sup> semestre, c'est-à-dire Business and Cultur Tourism. Le but du travail est d'évaluer les impacts générés par le tourisme d'affaires à Saint-Raphaël notamment en analysant l'offre en matière d'infrastructures, d'hébergements et d'en présenter les points forts et les points faibles. Le but final du présent travail est d'amener au pôle touristique plusieurs propositions afin de mettre en avant la destination de Saint-Raphaël pour l'organisation d'événements professionnels. Durant la rédaction de ce travail, plusieurs difficultés ont été rencontrées notamment sur la récolte d'information. Il a été ainsi difficile d'obtenir tous les chiffres récents et tous les renseignements souhaités.

Mes remerciements sont adressés à Madame Dorothée Tassan, responsable de l'hébergement au Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur qui m'a conseillé dans le choix du thème de ce travail et qui m'a mis à disposition les documents relatifs au tourisme d'affaires. Je remercie également Madame Pascale Gauthier, responsable du palais des congrès de Saint-Raphaël qui a pris le temps de me rencontrer lors d'un entretien et qui a répondu à toutes mes questions. Enfin, je remercie Monsieur Éric Michellod, professeur responsable pour le travail de bachelor pour sa disponibilité et pour les conseils apportés tout au long de la rédaction du présent travail.

## Table des matières

|  |    |
|--|----|
| Liste des tableaux.....  | v  |
| Liste des figures.....   | vi |
| Introduction.....  | 1  |
| Chapitre 1 – Le tourisme d'affaires en France, état général.....   | 2  |
| 1.1. Les différentes formes du tourisme d'affaires - MICE.....   | 3  |
| 1.2. Le tourisme d'affaires au cœur de la stratégie « Destination France 2010-2020 ».....  | 4  |
| 1.3. Etat actuel du tourisme d'affaires en France .....  | 6  |
| 1.4. Les régions de France les plus attractives pour le tourisme d'affaires .....  | 8  |
| 1.5. Etude comparative des prestations offertes par les régions les plus attractives de France et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ..... | 9  |
| 1.6. État actuel du tourisme d'affaires de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.....   | 13 |
| 1.7. Analyse SWOT des différentes villes d'affaires de la région PACA.....   | 14 |
| Chapitre 2 – Analyse du tourisme d'affaires à Saint-Raphaël.....   | 16 |
| 2.1. Analyse de l'état actuel du tourisme d'affaires à Saint-Raphaël.....  | 18 |
| 2.2. Analyse de l'offre existante en matière d'infrastructures pour le tourisme d'affaires sur le territoire de Saint-Raphaël.....           | 19 |
| 2.3. Analyse de l'offre existante en matière d'hébergements sur le territoire de Saint-Raphaël .....   | 27 |
| 2.4. Évaluation de l'importance du rôle du Pôle Touristique .....  | 29 |
| 2.5. Analyse de la demande actuelle en matière de tourisme d'affaires à Saint-Raphaël....  | 30 |
| 2.6. Analyse des dépenses moyennes des congressistes à Saint-Raphaël.....  | 32 |
| Chapitre 3 – Propositions pour améliorer le tourisme d'affaires à Saint-Raphaël.....   | 35 |
| 3.1. Créer une identité propre au tourisme d'affaires et nuancer son image de destination balnéaire .....                                    | 36 |
| 3.2. Mettre en avant le patrimoine, un atout pour mettre en valeur la région.....  | 39 |

|   |    |
|---|----|
| 3.3. Mettre en avant le large choix de loisirs proposés à Saint-Raphaël .....   | 41 |
| 3.4. Utiliser les médias sociaux.....   | 44 |
| 3.5. Mettre en avant le tourisme d'affaires sur tous les sites des offices du tourisme du territoire et sur celui de la centrale .....        | 46 |
| 3.6. Inviter les médias de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et présenter les services d'Estérel Côte d'Azur et du palais des congrès..... | 49 |
| Conclusion .....  | 52 |
| Références.....   | 53 |
| Annexes .....   | 56 |
| Annexe I Les statistiques du tourisme d'affaires en France en 2012 .....  | 56 |
| Annexe II : Liste des adhérents au Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur .....   | 58 |
| Annexe III : Bilan 2013 tourisme d'affaires du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur.....  | 64 |
| Annexe IV : Questions posées à Madame Pascale Gauthier lors de l'entretien du mardi 17.06.2014 .....  | 65 |
| Déclaration de l'auteur (travail de bachelor).....  | 66 |

## Liste des tableaux

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tableau 1  | Caractéristiques des 4 catégories principales composant le tourisme d'affaires                      | 3  |
| Tableau 2  | La part des dépenses touristiques réalisées par un touriste d'affaires .....                        | 5  |
| Tableau 3  | Offre comparative des régions attractives françaises en matière de tourisme d'affaires.....         | 10 |
| Tableau 4  | Récapitulation des points forts et faibles du palais des congrès.....                               | 21 |
| Tableau 5  | Lieux les plus demandés dans l'organisation d'événements professionnels .....                       | 23 |
| Tableau 6  | Récapitulation des avantages et des désavantages de l'utilisation de Facebook                       | 45 |
| Tableau 7  | Trois idées de magazines pour présenter le patrimoine de la région Estérel Côte d'Azur .....        | 50 |
| Tableau 8  | État du tourisme d'affaires en France, une timide reprise en 2012 .....                             | 56 |
| Tableau 9  | La répartition des nuitées et des séjours selon les mois de l'année .....                           | 56 |
| Tableau 10 | Présentation des régions françaises les plus attractives pour des excursions professionnelles ..... | 57 |
| Tableau 11 | Liste de tous les adhérents en hébergements du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur .....           | 58 |

## Liste des figures

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Figure 1  | Les quatre catégories du tourisme d'affaires définies ci-dessous.....  | 3  |
| Figure 2  | Les voyages professionnels réalisés en France entre 2008 et 2012, une reprise .....                                  | 7  |
| Figure 3  | Diminution du nombre de nuitées professionnelles réalisées en France .....   | 7  |
| Figure 4  | Répartition des excursions à motif professionnel par région .....  | 9  |
| Figure 5  | Le palais des congrès de Chamonix, un espace naturel .....   | 12 |
| Figure 6  | Offre comparative en matière du nombre d'hôtels 3 et 4 étoiles présents .....  | 13 |
| Figure 7  | Analyse SWOT de la destination Saint-Raphaël .....   | 15 |
| Figure 8  | Le palais des congrès, une offre complète en matière d'infrastructures.....  | 19 |
| Figure 9  | San Pedro, une offre complète pour le tourisme d'affaires.....   | 25 |
| Figure 10 | Dégringolade du nombre de nuitées vendues via le pôle touristique .....  | 30 |
| Figure 11 | Présentation du type d'hôtels choisis pour des congrès en PACA .....   | 33 |
| Figure 12 | Répartition des deux grandes sources de dépenses des congressistes : .....   | 34 |
| Figure 13 | La répartition inégale des types de séjours.....   | 36 |
| Figure 14 | Le massif de l'Estérel, l'image sportive de la destination.....  | 39 |
| Figure 15 | Le guide de loisirs pour tous.....   | 41 |
| Figure 16 | Fly board: une activité innovante et originale.....  | 42 |
| Figure 17 | La nouvelle brochure destinée aux groupes,.....  | 43 |
| Figure 18 | La Côte d'Azur Card, une idée originale pour plaire à tous .....   | 43 |
| Figure 19 | Des articles personnalisés pour la mise en avant des partenaires d'Estérel Côte d'Azur sur Facebook.....             | 45 |
| Figure 20 | Proposition d'une page Facebook dédiée au tourisme d'affaires pour le territoire de Saint-Raphaël.....               | 46 |
| Figure 21 | Page d'accueil du site de l'Office du Tourisme de Saint-Raphaël, le tourisme d'affaires n'est pas mis en avant ..... | 47 |
| Figure 22 | Pays de Fayence, le tourisme d'affaires est inexistant.....  | 47 |
| Figure 23 | Tourisme à Roquebrune: axé sur les groupes mais pas le tourisme d'affaires .....                                     | 48 |

## Introduction

Dans le cadre du stage de fin de Bachelor effectué au sein du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, le thème du présent document a été choisi en accord avec Madame Dorothée Tassan, responsable de l'hébergement et du tourisme d'affaires et Monsieur Régis Courvoisier, directeur du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. Le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur a non seulement pour mission de promouvoir le territoire Est Varois mais a également comme fonction d'être la centrale de réservation d'hébergements pour les 14 offices de tourisme composant le territoire Estérel Côte d'Azur. Le but de la centrale de réservation est de trouver l'hébergement correspondant le mieux aux demandes reçues des clients, qu'ils soient des particuliers ou des professionnels.

Le sujet traité tout au long de ce dossier est basé globalement sur le tourisme d'affaires non seulement à Saint-Raphaël mais également sur tout le territoire dont s'occupe le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. Le présent rapport a pour objectif en premier lieu d'améliorer le rôle du pôle touristique dans la gestion du tourisme d'affaires sur le territoire et d'en tirer le maximum de bénéfices, c'est-à-dire de vendre le plus de nuitées auprès des congressistes ou autres professionnels. En deuxième lieu, il a pour but de démontrer aux prestataires touristiques adhérant à la centrale de réservation les avantages et désavantages du tourisme d'affaires dans une destination balnéaire comme Saint-Raphaël.

Le présent document est divisé en trois grands chapitres. Tout d'abord, le premier chapitre reprend les bases du tourisme d'affaires avec pour objectif de définir l'importance de cette forme du tourisme en France et les régions les plus attractives de France. Ensuite, le deuxième chapitre se concentre sur la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et plus particulièrement sur territoire de Saint-Raphaël afin de démontrer l'état actuel du tourisme d'affaires et les impacts économiques que celui-ci génère par année. Finalement, le troisième chapitre présente plusieurs propositions en vue d'augmenter le nombre de nuitées vendues liées au tourisme d'affaires et d'augmenter la popularité de la destination de Saint-Raphaël comme étant une ville d'affaires.



## **Chapitre 1 – Le tourisme d'affaires en France, état général**

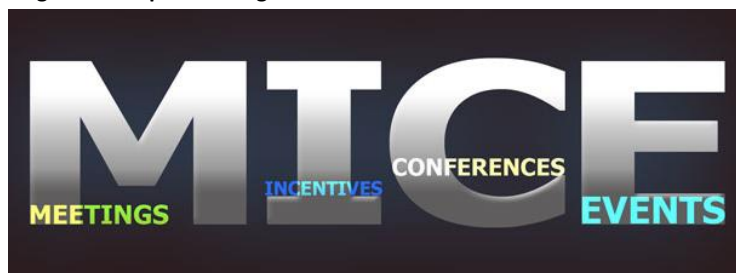
Le tourisme d'affaires est l'une des formes du tourisme qui connaît un fort potentiel en termes économiques depuis le début des années 2000. En 2010, le tourisme d'affaires a généré près de 7.4 milliards d'euros en retombées économiques directes en France et plus de 30 milliards d'euros en retombées économiques indirectes. (Atout France, 2014). En 2013, Coach Omnium, entreprise spécialisée dans le domaine du tourisme, a réalisé une étude conjoncturelle sur le tourisme d'affaires en France. Celle-ci démontre que la demande du segment du tourisme d'affaires affiche une petite reprise avec une augmentation des dépenses de 1.1% en comparaison avec 2012. (Coach Omnium, 2014). A titre de comparaison, il ressort que les dépenses réalisées dans le cadre du tourisme d'affaires sont moins importantes qu'au début des années 2000. Durant ces années, l'augmentation des dépenses représentaient entre 4.5 et 6%. (Coach Omnium, 2014). Le faible pourcentage d'augmentation en 2012 s'explique notamment par la crise économique que subit la France actuellement. Même si les entreprises organisent toujours des séjours d'affaires, ces derniers sont de plus courtes durées, dans des destinations plus proches et dans des hébergements moyens de gamme.

Afin de poser les bases de ce travail, les différentes formes du tourisme d'affaires sont définies dans ce chapitre afin de connaître laquelle ou lesquelles ont le plus fort potentiel d'évolution en France. Ensuite, une description de la stratégie mise en place par Atout France est présentée dans le but de percevoir en quoi le tourisme d'affaires est nécessaire à la France. Puis, une analyse chiffrée du tourisme d'affaires en France est réalisée dans le but d'obtenir les tendances actuelles du marché français. Cette analyse mènera à cibler plus précisément les régions françaises les plus attractives pour les voyages professionnels. Finalement, le dernier chapitre est centré sur la région Provence-Alpes-Côte d'Azur afin d'avoir un premier aperçu de l'importance du tourisme d'affaires dans le Sud de la France.

## 1.1. Les différentes formes du tourisme d'affaires - MICE

Le tourisme d'affaires est divisé en quatre grandes catégories bien distinctes les unes des autres et connues sous le nom venant de l'anglais MICE qui explique les quatre termes suivants :

Figure 1 Les quatre catégories du tourisme d'affaires définies ci-dessous



Source : MICE Tourism in India (2010)

meeting, incentive, congress et event, définis sur l'image ci-dessus. Ces quatre catégories d'événements professionnels présentent des caractéristiques différentes expliquées dans le tableau ci-après.

Tony Rogers est l'auteur du livre *Conferences and Conventions, a global industry*, dans lequel il établit un tableau différenciant les quatre formes du tourisme d'affaires. Le tableau ci-dessous reprend les définitions traduites en français du livre de Tony Rogers. (Rogers, 2013, p. 26).

Tableau 1 Caractéristiques des 4 catégories principales composant le tourisme d'affaires

| Segment          | Organisation  | Durée de l'événement   |
|------------------|---|--|
| <b>Meeting</b>   | Il s'agit d'une réunion hors du bureau d'au moins quatre heures comportant dix personnes au minimum. Cela peut englober des réunions de vente ou encore des séances de formation.                           | Séance d'une durée minimum de quatre heures et qui peut avoir une durée allant jusqu'à deux jours selon le type d'entreprises. |
| <b>Incentive</b> | Il s'agit d'un voyage de tourisme d'affaires pour motiver et récompenser les employés d'une entreprise.<br>Il comprend généralement une partie conférence mais aussi et surtout une partie plus récréative. | Un incentive peut avoir une durée d'un jour comme d'un week-end. Il n'y a pas de règles pour ce type d'événement.              |

|                   |  |   |
|-------------------|--|---|
| <b>Congress</b>   | <p>Un congrès a généralement une durée de un à deux jours avec un programme officiel qui a été prévu à l'avance.</p> <p>Les participants ont en règle générale l'obligation de suivre les conférences.</p> | <p>La durée moyenne est de un à deux jours pour les entreprises privées et de trois à cinq jours pour les associations internationales.</p> |
| <b>Exhibition</b> | <p>Une exhibition ou également appelé salon ou exposition est organisée pour le lancement de produits.</p> <p>Les participants sont très souvent des exposants venus présenter un nouveau produit.</p>     | <p>Il n'y a pas de règles pour la durée d'une exposition. Elle peut durer le temps d'un week-end ou d'une semaine.</p>                      |

Source : Traduit de Conferences and Conventions, a global industry (2013)

## **1.2. Le tourisme d'affaires au cœur de la stratégie « Destination France 2010-2020 »**

Le tourisme d'affaires montre clairement ses atouts en termes de retombées économiques touristiques pour la France. Atout France, l'agence de développement touristique de la France, a présenté en 2010 la stratégie « Destination France 2010-2020 ». L'objectif premier de cette stratégie est de faire de la France « la première destination européenne en termes de recettes touristiques » (Atout France, 2011).

Atout France compte énormément sur le secteur du tourisme d'affaires pour atteindre l'objectif mentionné ci-dessus. En effet, le tourisme d'affaires génère des recettes importantes en matière d'hébergements, de transports et de restauration. Afin de démontrer l'importance de l'impact économique du tourisme d'affaires en France, Atout France a présenté les statistiques suivantes : le tourisme d'affaires ne représente que 10% des visiteurs internationaux en France mais ceux-ci représentent 35% des dépenses touristiques réalisées sur le territoire français. (Atout France, 2011).

Le constat est clair, cette forme de tourisme est très intéressante et très rentable d'un point de vue économique pour les villes françaises, les grandes comme les plus petites. De plus, le tourisme permet de générer des recettes importantes durant certaines périodes plus calmes du point de vue touristique.

Le tableau ci-dessous explique la part des dépenses réalisées par un touriste d'affaires pendant la durée du congrès et les dépenses réalisées par un touriste de loisirs lors de ses vacances.

**Tableau 2 La part des dépenses touristiques réalisées par un touriste d'affaires**

|                           |                       |                  |
|---------------------------|-----------------------|------------------|
| <b>10 personnes (10%)</b> | <b>350.00 € (35%)</b> | <b>1000.00 €</b> |
| 1 personne                | 35.00 €               |                  |
| <b>90 personnes (90%)</b> | <b>650.00 € (65%)</b> |                  |
| 1 personne                | 7.22 €                |                  |

Source : Données personnelles, 2014

Sur la base du calcul ci-dessus, le constat est clair. Sur un total de 100 touristes et d'une recette de 1000 euros, un touriste venant pour motif professionnel dépensera en moyenne 35€ par jour alors qu'un autre touriste venant pour un motif de loisir dépensera en moyenne 7.20 euros par jour. Le calcul réalisé ci-dessus sert à démontrer les avantages financiers que le tourisme d'affaires apporte à une destination.

Les dépenses réalisées par le tourisme d'affaires ne sont pas l'unique motivation d'Atout France à mettre en avant cette forme de tourisme. Le tourisme d'affaires présente un autre avantage, celui de réduire une saisonnalité qui peut être forte dans certaines régions de France. Les réunions de travail, les congrès ou encore les expositions se font durant les périodes touristiques dites creuses, c'est-à-dire au printemps ou en automne. Non seulement le tourisme d'affaires permet d'augmenter les dépenses touristiques mais il permet également de réduire une forte saisonnalité selon les différentes régions de France. Il présente ainsi un double avantage non négligeable pour les acteurs touristiques français, essentiellement pour les régions du littoral, régions balnéaires et les régions de montagne qui subissent chaque année des périodes calmes soit en été ou en hiver.

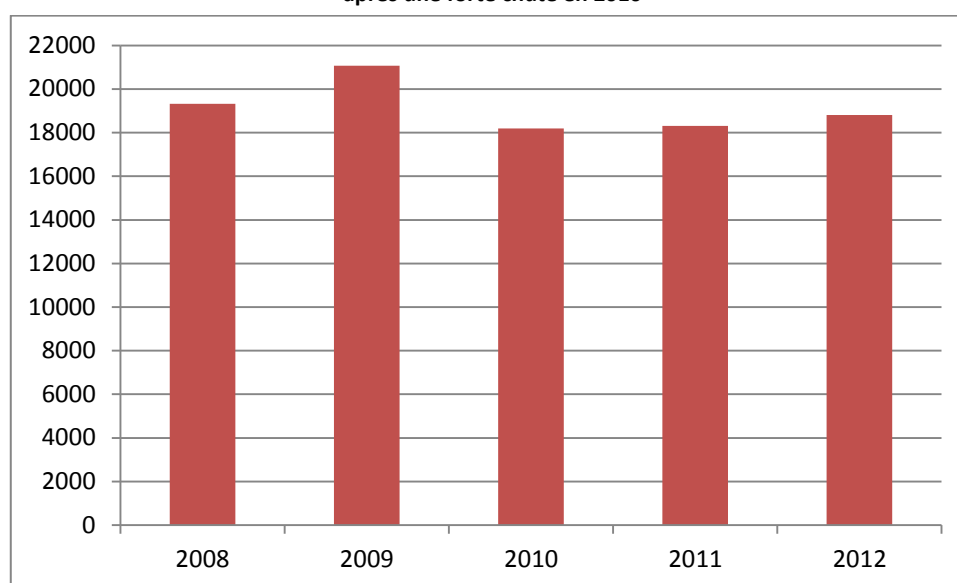
### **1.3. Etat actuel du tourisme d'affaires en France**

L'industrie du tourisme d'affaires en France a toujours eu une place importante dans le monde entier. En effet, selon le dossier de presse réalisé par Atout France, « Paris, capitale européenne des foires et salons, apparaît d'ailleurs régulièrement dans le peloton de tête de plusieurs classements internationaux de destinations affaires. » (Atout France, 2011). Cependant Paris ne représente pas toute la France, c'est la raison pour laquelle la stratégie mise en place par Atout France vise à développer des infrastructures hors de la région Île-de-France afin de gagner des parts de marché ailleurs que dans la capitale. (Atout France, 2011).

Le tourisme d'affaires en France a connu sa plus grande croissance au début des années 2000. Depuis 2009, cette forme du tourisme a été marquée par une chute due essentiellement à la crise économique qui touche l'Europe et particulièrement la France. La tendance actuelle montre une timide reprise du tourisme d'affaires et l'activité de cette forme de tourisme a essentiellement lieu en région parisienne. La Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services a établi un bilan du tourisme en France regroupant le nombre de voyages d'affaires effectués en France. Dans ce chapitre, les données du tourisme d'affaires réalisé en France métropolitaine vont être analysées afin d'en ressortir les éléments les plus importants et avec pour objectif de faire ressortir les tendances actuelles en France.

Dans le but de ressortir les éléments essentiels du tourisme d'affaires en France, les données analysées sont celles des années 2008 à 2012 afin de pouvoir démontrer la tendance actuelle de cette forme de tourisme sur le territoire français. Selon le bilan 2013 et les statistiques établies par la Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services, la première tendance qui ressort en 2012 est que le nombre de voyages d'affaires augmente mais que le nombre de nuitées diminue.

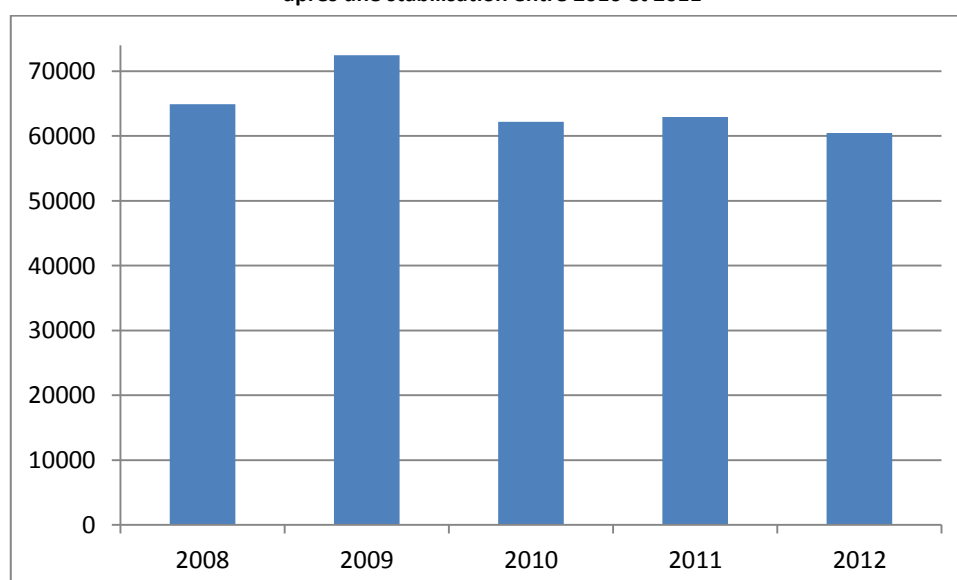
**Figure 2 Les voyages professionnels réalisés en France entre 2008 et 2012, une reprise après une forte chute en 2010**



Source : Dgcis, memento du tourisme (2013)

Sur le graphique ci-dessus, le constat est net. Dès la fin de l'année 2009, le nombre de voyages à but professionnel recule. Cette baisse de voyages professionnels est liée sans doute à la crise économique touchant la France dès 2008. Cette crise a des répercussions sur les dépenses réalisées par les entreprises en 2009. Cependant le graphique montre une légère reprise en 2012. Selon Coach Omnium, il est difficile d'établir une vision à long terme en ce moment, car les entreprises françaises sont fragiles notamment à cause du climat économique incertain. Toujours selon Coach Omnium, « les entreprises fonctionnent presque au jour le jour, sans vraie anticipation ». (Coach Omnium, 2014).

**Figure 3 Diminution du nombre de nuitées professionnelles réalisées en France après une stabilisation entre 2010 et 2011**



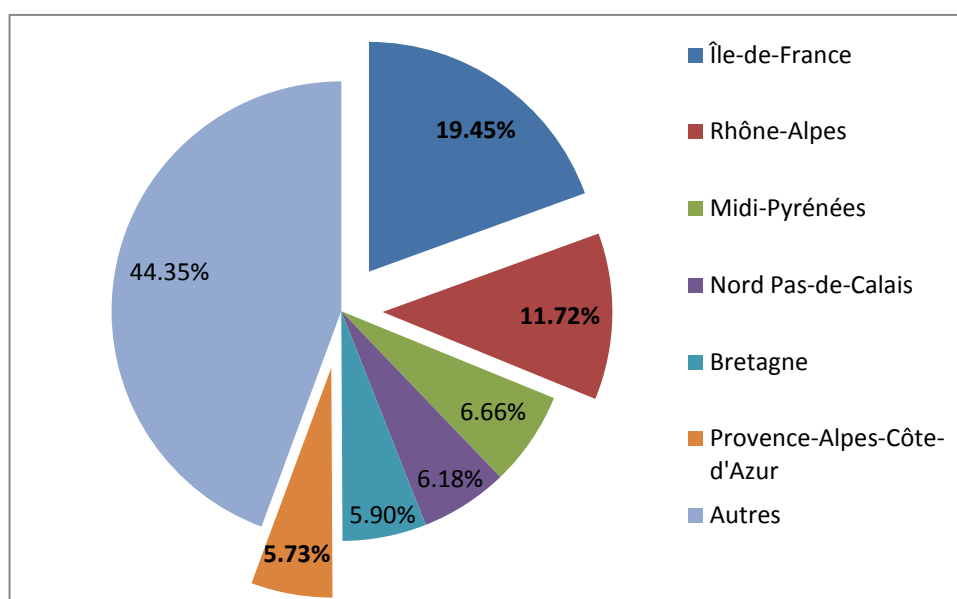
Source : Dgcis, memento du tourisme (2013)

Ce deuxième graphique montre également la même baisse du nombre de nuitées dès 2009. Cependant, le nombre de nuitées, après une faible reprise, a tendance à diminuer. Cette diminution démontre que les séjours professionnels ont une durée toujours plus courte. La société Coach Omnium établit depuis 22 ans une étude conjoncturelle annuelle sur le tourisme d'affaires. D'après ses études, les séjours professionnels ont réduit leur durée de trois à deux jours en quinze ans. (Coach Omnium, 2014). Les entreprises préfèrent effectuer plusieurs séjours mais de plus courte durée. C'est sur ce type de séjours professionnels que les destinations doivent travailler afin d'attirer les professionnels. Pour ce faire, les destinations doivent mettre en avant leurs atouts et notamment l'accès facile et rapide. Il n'est donc pas étonnant d'apprendre que 70% des séjours professionnels s'effectuent en Île-de-France. (Coach Omnium, 2014). La région parisienne se démarque par sa situation centrale, son accès facile avec deux aéroports à Paris, plusieurs gares TGV et un système de transports publics efficace en ville de Paris. De plus, la région parisienne bénéficie d'une offre hôtelière et en infrastructures événementielles importantes comme le démontre le chapitre 1.5. *Etude comparative des prestations offertes par les régions les plus attractives et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.*

#### **1.4. Les régions de France les plus attractives pour le tourisme d'affaires**

Le top cinq des régions recevant le plus d'excursionnistes pour motif professionnel, c'est-à-dire des séjours d'une journée uniquement, sont les régions Île-de-France, Rhône-Alpes, Midi-Pyrénées, Nord-Pas-de-Calais et Bretagne. La région Provence-Alpes-Côte d'Azur ne se trouve pas parmi les cinq destinations du tourisme d'affaires. Le graphique ci-dessous montre une nette différence entre les cinq régions. En effet, une excursion professionnelle sur cinq est réalisée en région Île-de-France, ce qui n'est pas une réelle surprise étant donné que Paris est une ville particulièrement active dans le tourisme d'affaires et facilement accessible depuis la France. La deuxième région attirant le plus de journées professionnelles est la celle de Lyon. Île-de-France et Rhône-Alpes réunies réalisent un tiers des excursions à motif professionnel.

Figure 4 Répartition des excursions à motif professionnel par région



Source : DGCIS, mémento du tourisme (2013)

Les excursions pour motif professionnel se déroulant dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ne représentent que 5.73 %. Cette région, bénéficiant d'un accès facile grâce au deuxième aéroport de France, ne semble pas offrir, aux yeux des entreprises, assez d'intérêt pour qu'elles y organisent leurs événements professionnels.

Dans le chapitre suivant, une étude comparative entre les deux régions les plus attractives et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur est effectuée dans le but de comprendre pourquoi cette dernière n'attire pas autant de professionnels lors de séjours organisés dans le cadre du travail.

### 1.5. Etude comparative des prestations offertes par les régions les plus attractives de France et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Comme expliqué dans le chapitre précédent, les deux régions accueillant le plus d'excursions professionnelles sont la région Île-de-France et la région Rhône-Alpes. De plus, dans le chapitre 1.3. *Etat actuel du tourisme d'affaires en France*, 70% des séjours professionnels de plus d'un jour se déroule en région parisienne. Le tableau établi ci-dessous présente l'offre en matière d'hébergements et d'infrastructures professionnelles dans le but d'expliquer pourquoi deux régions de France sont principalement actives dans le domaine du



tourisme d'affaires. De plus, les sites internet officiels du tourisme d'affaires sont analysés afin de voir si ceux-ci sont bien répertoriés dans le moteur de recherche Google.

**Tableau 3 Offre comparative des régions attractives françaises en matière de tourisme d'affaires**

| Régions                      | Offre hôtelière   | Offre palais des congrès   | Site internet tourisme d'affaires  |
|------------------------------|---|--|--|
| <b>Île-de-France (Paris)</b> | <p>2346 hôtels recensés au 1<sup>er</sup> janvier 2013 en région Île-de-France.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1458 hôtels classés.</li> <li>- 888 hôtels non-classés.</li> <li>- 752 hôtels trois étoiles</li> <li>- 315 hôtels quatre étoiles</li> </ul> <p>Grande offre hôtelière dans le milieu de gamme.<sup>a</sup></p> | <p>668'000 m<sup>2</sup> de surfaces d'exposition. Cela représente 95% de la surface dédié au tourisme d'affaires cumulée en France.</p> <p>Il s'agit de la plus grande offre européenne.<sup>b</sup></p>  | <p>Site internet complet guidant l'organisateur sur le type de séminaire organisé. Le site est bien répertorié sur Google.</p> <p>Il est le premier résultat avec la recherche suivante : organiser un séminaire en Île-de-France.</p>           |
| <b>Rhône-Alpes (Lyon)</b>    | <p>2049 hôtels recensés au 1<sup>er</sup> janvier 2013.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1398 hôtels classés.</li> <li>- 651 hôtels non-classés.</li> <li>- 609 hôtels trois étoiles.</li> <li>- 168 hôtels quatre étoiles.</li> </ul> <p>Offre hôtelière peu importante en hôtels quatre étoiles.<sup>a</sup></p>              | <p>Plusieurs espaces de séminaires répartis sur toute la région dont un à Lyon, à Grenoble, ou encore à Montélimar.</p> <p>Lyon est la deuxième destination française pour le tourisme d'affaires. Construction de centres de congrès en montagne.<sup>c</sup></p> | <p>Site internet complet, suivant le même modèle que celui conçu pour la région Île-de-France.</p> <p>Le site est bien répertorié sur Google. Il est le premier résultat avec la recherche suivante : organiser un séminaire en Rhône-Alpes.</p> |

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| <b>Provence-Alpes-Côte d'Azur (Marseille)</b> | 2022 hôtels recensés au 1 <sup>er</sup> janvier 2013.<br>- 1426 hôtels classés.<br>- 596 hôtels non-classés.<br>- 569 hôtels trois étoiles.<br>- 184 hôtels quatre étoiles.<br>Offre hôtelière plus importante dans les hébergements bas de gamme. <sup>a</sup> | Une dizaine de palais des congrès notamment à Nice, Marseille et Cannes. Une offre importante dans les grandes villes. Plusieurs espaces de séminaires dans de petites agglomérations telles que Saint-Raphaël et Antibes ou encore Cassis pouvant accueillir les petits congrès. <sup>d</sup> | Site internet complet, suivant le même modèle que celui conçu pour la région Île-de-France. La recherche Google ne fonctionne pas avec les mots suivants : organiser un séminaire en Provence-Alpes-Côte-d'Azur. En revanche, en mettant les mots suivants : Organiser un séminaire en PACA, le site internet officiel est le premier résultat. |
|---|---|--|---|

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

- a) Dgcis, bilan du tourisme (2013)
- b) CCI Paris Île-de-France, tourisme, congrès et salons (2014)
- c) Rhône-Alpes Tourisme, Congrès (2014)
- d) Provence Côte d'Azur Events, palais des congrès (2014)

Le tableau n°3 ci-dessus montre que la tendance actuelle du tourisme d'affaires en France est aux grandes régions de France et notamment aux grandes villes qui sont Paris et Lyon. Celles-ci offrent un grand choix d'hôtels, de structures pouvant accueillir des événements professionnels et une grande facilité d'accès. Cependant la région Provence-Alpes-Côte d'Azur peut se placer comme une concurrente de ces deux régions, car elle offre également un climat et un paysage magnifique avec, comme premier plan, la mer Méditerranée.

Le grand avantage de la région Île-de-France est son offre d'infrastructures pour l'accueil d'événements. Cela permet aux grandes comme aux petites organisations de mettre en place tout type d'événements dans la capitale. De plus, cette région bénéficie d'une large

offre hôtelière trois et quatre étoiles. Ce sont ces hôtels, d'après l'étude réalisée par Coach Omnium, qui sont les plus demandés lors d'événements professionnels. (Coach Omnium, 2014). A elle seule, la région parisienne propose plus de 1060 hôtels de ces catégories.

La région parisienne peut cependant présenter une faiblesse, celle de l'originalité en comparaison avec la région Rhône-Alpes proposant des salles de congrès en montagne, comme le palais des congrès de Chamonix en photo ci-dessous. En effet, la région Rhône-Alpes présente à elle seule une large offre d'infrastructures pour organiser des événements dans des lieux sortant de l'ordinaire.

La plus grande force de la région Rhône-Alpes est sa situation. La ville de Lyon, principal acteur du tourisme d'affaires, est à la fois proche de Paris et du Sud de la France. De plus, elle offre aussi bien des possibilités d'infrastructures à la ville comme à la montagne, ce qui représente le véritable avantage de la région lyonnaise.

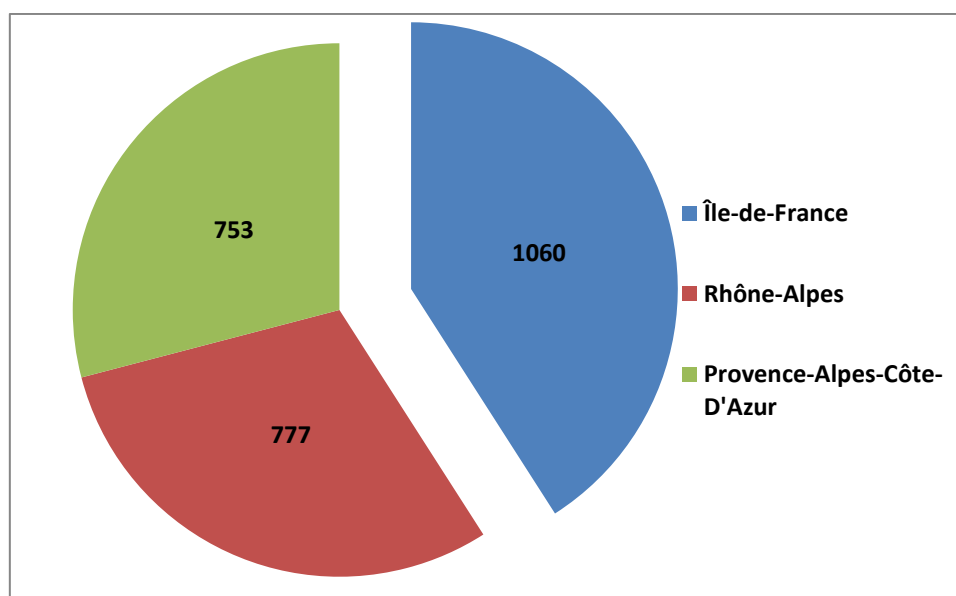
Figure 5 Le palais des congrès de Chamonix, un espace naturel



Source : CosmoJazz, 2014

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur, quant à elle, offre un atout indéniable qui est une région où le climat méditerranéen est agréable. La plus grande faiblesse de la région Rhône-Alpes comme de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur est la répartition hôtelière. En effet, dans ces deux régions, les hôtels quatre étoiles sont peu importants. À titre de comparaison, la région Rhône-Alpes propose 777 hôtels trois et quatre étoiles confondus et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur propose quant à elle 753 hôtels de ces deux catégories. Cela représente près de 29% d'hôtels de ces catégories en moins en comparaison avec la région Île-de-France. (Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services, 2013)

**Figure 6 Offre comparative en matière du nombre d'hôtels 3 et 4 étoiles présents dans les régions les plus attractives de France**



Source : DGCIS, mémento du tourisme, (2013)

### **1.6. État actuel du tourisme d'affaires de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur**

Dans les chapitres précédents, il ressort que les deux principales régions de France à attirer le tourisme d'affaires sont les régions Île-de-France et Rhône-Alpes grâce à leur grande offre hôtelière et également grâce à de vastes espaces de congrès. Cependant, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur peut se placer comme une région intéressante pour le tourisme d'affaires. Dans ce chapitre-ci, une analyse de l'état actuel du tourisme d'affaires va être présentée avec pour objectif de démontrer que cette région a un potentiel important dans le domaine du tourisme d'affaires.

En 2012, le tourisme d'affaires en région Provence-Alpes-Côte d'Azur a généré 1.6 millions de séjours et près de 10 millions de nuitées dans la région, ce qui représente seulement 6% des touristes venant en Provence-Alpes-Côte d'Azur. (Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme, 2012). Ces chiffres montrent que cette région possède une grande marge de progression en matière d'accueil d'événements professionnels. Selon le tableau 2 concernant la répartition des dépenses par type de touristes, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur pourrait augmenter de manière significative ses revenus touristiques en attirant plus

de congrès, de foires ou de voyages incentives. En effet, comme le démontre le tableau n° 2, les touristes venant pour motif professionnel dépensent près de cinq fois plus que les touristes venant pour motif personnel.

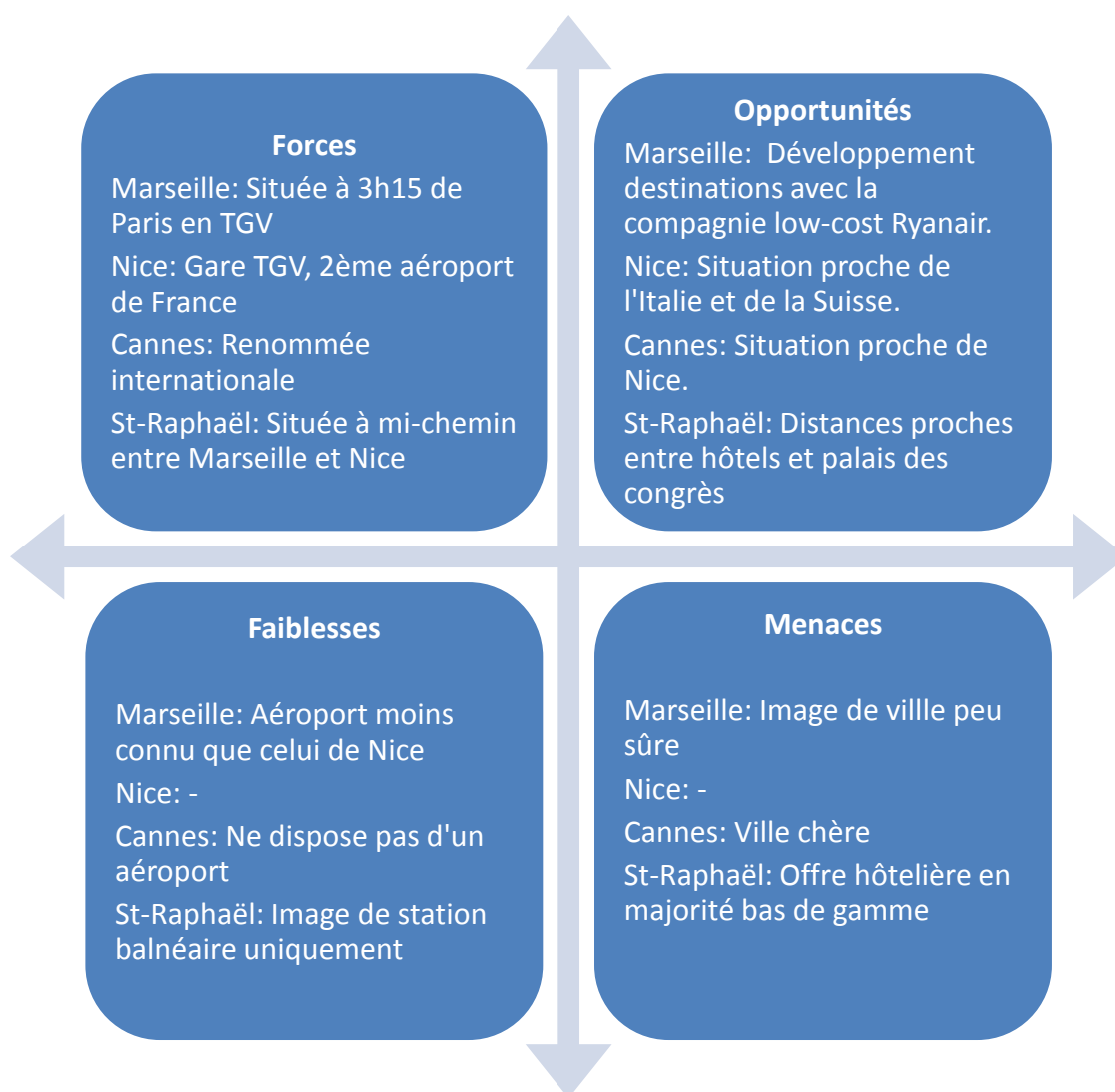
Les villes principales de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur sont Marseille, Nice et Cannes. Ces trois villes disposent chacune de salles permettant d'accueillir des congrès et autres événements importants. Cependant cette région ne se résume pas à ces trois villes. La région du Sud de la France a compris que le tourisme d'affaires pouvait être une solution efficace pour réduire la saisonnalité. En effet, plusieurs palais des congrès se sont construits dans différentes villes de la région telles qu'à Antibes, Toulon, Avignon ou encore Saint-Raphaël. La région regroupe ainsi une dizaine de palais des congrès (Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme, 2012).

### **1.7. Analyse SWOT des différentes villes d'affaires de la région PACA**

Une analyse représentant les forces et faiblesses des principales villes d'affaires de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur va être faite en comparaison avec la ville de Saint-Raphaël qui est au centre du sujet de ce travail. Cette rapide analyse permet d'évaluer le potentiel de la ville de Saint-Raphaël et de son territoire en mettant en évidence ses forces, ses faiblesses et ses différences.

Les principales villes sont, comme mentionné dans le chapitre 1.6., Marseille, Nice et Cannes. Ce sont trois villes bénéficiant de centres des congrès importants et proposant une large offre d'hébergements. Ci-dessous, une analyse sous forme de SWOT est présentée afin de montrer les éléments principaux de manière simplifiée.

Figure 7 Analyse SWOT de la destination Saint-Raphaël



Source : Données de l'auteur (2014)

L'analyse SWOT démontre que Marseille est une ville proche de la capitale mais souffre de son image de ville où la vie n'est pas aussi sûre qu'à Nice par exemple. Cannes, ville célèbre pour son festival, a le grand avantage d'être mondialement connue. Cependant la vie à Cannes est très chère et l'offre hôtelière se compose de nombreux hôtels très hauts de gamme. D'après l'étude réalisée par Coach Omnium, les entreprises ne choisissent plus des hôtels cinq étoiles comme au début des années 2000 lorsque la situation économique était bonne. Aujourd'hui, les entreprises privilégient les hôtels dits de milieu de gamme comme les hôtels trois et quatre étoiles principalement. (Coach Omnium, 2014).

La ville de Nice, quant à elle, offre de nombreux avantages comme ville d'affaires. En effet, la ville de Nice dispose du deuxième aéroport de France, d'une gare TGV et se situe à proximité de l'Italie et de la Suisse. Nice, en comparaison avec Cannes et Marseille, est la ville la plus intéressante pour organiser un congrès, un salon ou d'autres types d'événements professionnels.

En analysant cette SWOT, il ressort nettement que Saint-Raphaël ne peut pas être en concurrence avec ces trois villes. En effet, Saint-Raphaël est une petite agglomération dans laquelle l'offre en matière d'événements est bien moins importante, comprenant un palais des congrès de petite taille. Cependant Saint-Raphaël a la chance de bénéficier d'un endroit stratégique en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. En effet, la ville de Saint-Raphaël se situe à moins d'une heure de l'aéroport de Nice, possède une gare TGV et se situe à moins de deux heures de Marseille. Elle bénéficie également de prix attractifs concernant l'offre hôtelière durant les congrès. En effet, lors de congrès, la centrale de réservation travaille étroitement avec le palais des congrès afin d'offrir aux congressistes des tarifs défiant toute concurrence.

## **Chapitre 2 – Analyse du tourisme d'affaires à Saint-Raphaël**

Avant de parler du tourisme d'affaires à Saint-Raphaël, il est nécessaire d'expliquer brièvement le rôle du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. Il s'agit de l'organisme en charge de la promotion de la destination de Saint-Raphaël regroupant non seulement les villes de Saint-Raphaël et Fréjus mais également l'arrière-pays appelé Pays de Fayence. Il travaille étroitement avec les 14 offices du tourisme composant le territoire Estérel Côte d'Azur. La promotion du territoire n'est pas son unique mission. En plus de cette tâche, le pôle touristique a mis en place une centrale d'hébergements couvrant tout le territoire de l'Est Varois. Cette centrale a pour but de proposer les meilleurs établissements aux touristes, que ce soit des particuliers ou des groupes et sert ainsi d'intermédiaire entre le client et le prestataire qu'il s'agisse d'un hôtel, d'une résidence de tourisme ou encore d'une agence immobilière.

Depuis quelques années, le tourisme d'affaires est un segment du tourisme qui s'est passablement développé à Saint-Raphaël, notamment grâce au palais des congrès mais également grâce aux nombreux hôtels offrant des salles de séminaires. L'un des objectifs du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur est d'attirer de plus en plus de touristes d'affaires et leur proposer des offres d'hébergements. Augmenter le tourisme d'affaires a plusieurs avantages. En effet, si le tourisme d'affaires augmente, les hôteliers augmenteront leurs ventes mais le pôle touristique augmentera également son chiffre d'affaires, étant donné qu'une commission est prise sur chaque nuitée vendue. De plus, ce tourisme d'affaires a l'avantage de remplir les hôtels durant des périodes dites creuses. En effet, Saint-Raphaël et son territoire sont une destination touristique balnéaire. Cette station souffre ainsi d'une forte saisonnalité. Le tourisme d'affaires permet de réduire cette saisonnalité en augmentant les nuitées durant le printemps, l'automne et l'hiver.

Le chapitre 1 a posé les bases de ce travail en mentionnant les tendances actuelles sur le marché français et plus précisément par région. À présent, le tourisme d'affaires réalisé à Saint-Raphaël va être analysé à l'aide des statistiques effectuées par le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur chaque année. En effet, un bilan des nuitées « tourisme d'affaires » est établi dans le but de voir l'évolution de la vente de celles-ci. Grâce à ce document, il sera possible de déterminer si le tourisme d'affaires évolue de manière positive ou non à Saint-Raphaël. Cependant, il faut savoir que toutes les nuitées effectuées dans le cadre du tourisme d'affaires ne sont pas réservées exclusivement via la centrale de réservation. Les chiffres présentés ci-dessous ne sont ainsi pas exhaustifs.

Afin d'avoir un avis objectif sur l'offre en tourisme d'affaires à Saint-Raphaël, un entretien a été réalisé avec la responsable du palais des congrès de Saint-Raphaël, Pascale Gauthier, le mardi 17 juin dans le but d'obtenir de plus amples informations sur le phénomène du tourisme d'affaires à Saint-Raphaël. Dans un premier temps, une analyse de la situation actuelle de la demande en matière du tourisme d'affaires au palais des congrès va être effectuée selon les informations reçues de Madame Pascale Gauthier. Dans un deuxième temps, une analyse de l'offre en matière d'espaces de séminaires va être effectuée dans le but de connaître la catégorie du tourisme d'affaires à attirer.



Ensuite, une évaluation de l'offre hôtelière va être présentée selon les hôtels adhérents de la centrale de réservation, ceci dans le but d'obtenir une analyse du nombre de nuitées vendues via la centrale d'hébergements. De cette analyse découlera ensuite une analyse du chiffre d'affaires réalisé grâce à cette forme de tourisme autant pour la centrale que pour les hôteliers.

## **2.1. Analyse de l'état actuel du tourisme d'affaires à Saint-Raphaël**

Dans le but d'avoir une idée claire de ce que représente le tourisme d'affaires sur le territoire de Saint-Raphaël, un entretien a été réalisé avec la responsable du bureau des congrès de Saint-Raphaël le 17 juin. Cet entretien a été basé sur les demandes reçues, les demandes concrétisées mais également sur les secteurs d'activités représentés. Le point le plus important ressorti de cette conversation a été le fait d'apprendre que le palais des congrès est utilisé environ 260 jours par année, c'est-à-dire à plus de 70%. Il s'agit d'un excellent taux d'occupation, en sachant que ce chiffre représente tout type d'événement que ce soit des spectacles, des congrès ou encore des séminaires. Afin d'avoir des informations plus détaillées sur le tourisme d'affaires en particulier, Pascale Gauthier a indiqué recevoir dix demandes de congrès par année et qu'une moyenne de quatre congrès se concrétisent chaque année. À côté de cela, ce sont les journées séminaires, les salons de professionnels et autres repas de gala qui occupent les différentes salles du palais des congrès. (Gauthier, 2014).

L'étude établie par Coach Omnium a démontré une forte chute du tourisme d'affaires en 2012 avec un recul de 4.9% des dépenses liées à cette forme de tourisme. Pascale Gauthier a affirmé ne pas avoir ressenti cette chute, car le bureau des congrès a toujours axé son offre sur les petites entreprises régionales. Toujours selon Pascale Gauthier, la situation économique a même permis à la ville de Saint-Raphaël d'accueillir des congrès précédemment organisés à Cannes, ceci étant dû au fait que les entreprises s'éloignent du « bling-bling » et veulent retrouver des destinations plus simples et plus accessibles. Enfin, la responsable du bureau des congrès n'a pas pu réellement me décrire la cible de société ou le secteur d'activité le plus représenté dans l'organisation d'événements professionnels. Tout type d'entreprises, d'associations ou de comités d'entreprises font appel aux services du palais des congrès. Cependant, elle remarque que les secteurs de la recherche et de la santé

sont les plus demandeurs, car ce sont ces secteurs qui ont les budgets les moins importants. (Gauthier, 2014).

En conclusion, la ville de Saint-Raphaël, malgré un climat économique peu propice aux séjours professionnels, a réussi à maintenir un taux d'occupation annuel du palais des congrès de près de 70%. L'image de destination régionale que renvoie la ville de Saint-Raphaël a permis au palais des congrès d'attirer un nombre important de sociétés régionales et ce sont elles qui ont permis au palais des congrès de conserver le même nombre de demandes d'organisations de congrès et autres événements.

## **2.2. Analyse de l'offre existante en matière d'infrastructures pour le tourisme d'affaires sur le territoire de Saint-Raphaël**

Dans ce chapitre, les infrastructures de congrès sont mises en évidence. En effet, le principal objectif de cette analyse est de mettre en avant les infrastructures pouvant accueillir du tourisme d'affaires et d'en faire ressortir les avantages. Le deuxième objectif est de présenter les points faibles des infrastructures existantes ou les manques remarqués pour que le territoire de Saint-Raphaël puisse attirer plus d'entreprises tout au long de l'année.

La plus grande capacité d'accueil est offerte par le palais des congrès de Saint-Raphaël qui dispose d'un auditorium pouvant accueillir jusqu'à 348 personnes. Ce bâtiment a été construit à côté du port Santa Lucia et ses multiples restaurants à la fin des années 1980. Aujourd'hui, malgré une architecture extérieure vieillotte, le palais des congrès peut se vanter d'offrir toutes les infrastructures technologiques existantes en matière de son et de lumières, ceci étant dû au fait que le palais des congrès accueille également de nombreuses manifestations culturelles telles que pièces de théâtre et concerts.

**Figure 8 Le palais des congrès, une offre complète en matière d'infrastructures**



Source : Palais des congrès de Saint-Raphaël (2014)

Une question se pose sur les points faibles du palais des congrès. D'après Pascale Gauthier, responsable du bureau des congrès, la plus grande faiblesse du palais est son image désuète. En effet, la construction datant de près de 30 ans, l'apparence extérieure

renvoie une image peu moderne du palais des congrès, ce qui peut refroidir certaines sociétés ou organisations dans le choix de la destination. (Gauthier, 2014). Malheureusement, étant donné que le palais des congrès appartient à la mairie, le bureau des congrès n'a aucun pouvoir pour améliorer cet aspect négatif. Cet extérieur, passé de mode, ne reflète en rien l'aspect intérieur du bâtiment. En effet, le palais des congrès de Saint-Raphaël est parfaitement entretenu que ce soit au niveau des salles de conférences ou de la technique. Le bâtiment appartenant à la municipalité de Saint-Raphaël, plusieurs types d'événements culturels y sont organisés tels que spectacles ou encore pièces de théâtre. Pour ce genre d'événements, la mairie de Saint-Raphaël a investi dans du matériel techniques de haute qualité permettant d'offrir des services de qualité pour le tourisme d'affaires. Une deuxième faiblesse relevée par la responsable du bureau des congrès est la situation de Saint-Raphaël par rapport aux aéroports de la Côte d'Azur. En effet, la ville de Saint-Raphaël se situe à une heure de l'aéroport de Nice, ce qui représente parfois un frein dans la concrétisation de congrès, car certaines entreprises souhaitent avoir accès facilement et rapidement à un aéroport. Cependant, cette faiblesse n'en est une que dans de rares situations étant donné que Saint-Raphaël dispose d'une gare TGV qui entretient chaque jour des dizaines de connexions avec la France entière et également avec l'Italie.

Parmi les points forts du palais des congrès, Pascale Gauthier insiste sur le fait qu'un palais des congrès n'est pas choisi uniquement pour ses installations. En effet, les organisateurs regardent en premier lieu l'environnement dans lequel ce dernier se trouve. Pour elle, Saint-Raphaël a l'avantage d'être une destination réunissant plusieurs qualités notamment celle d'être en bord de mer mais également d'avoir le Massif de l'Estérel à quelques kilomètres de là. Enfin le plus grand point fort du bureau des congrès est sans aucun doute le contact personnalisé qu'il offre aux congressistes. En effet, l'équipe du palais des congrès n'étant pas grande, une seule personne se charge d'un dossier, du premier contact à la finalisation de l'événement. L'organisateur du congrès aime particulièrement le fait de ne pas avoir à répéter les informations auprès de plusieurs interlocuteurs.

Tableau 4 Récapitulation des points forts et faibles du palais des congrès

| Atouts   | Faiblesses                                       |
|--|--|
| Du matériel technique de haute qualité.                  | Un extérieur vétuste.                            |
| Une destination riche en découverte.                     | Un aéroport le plus proche à une heure de route. |
| Un service personnalisé grâce à un interlocuteur unique. | -  |
| Un palais des congrès les pieds dans l'eau.              | -  |

Source : Gauthier, P., interview (2014)

Ci-dessus, un tableau résumant les éléments décrits plus hauts est présenté dans le but d'avoir un aperçu des principaux inconvénients et les principales forces qu'offrent le palais de congrès et la destination de Saint-Raphaël aux touristes d'affaires. Cependant, il est difficile d'en tirer des conclusions sans connaître l'offre des villes concurrentes à Saint-Raphaël. C'est pourquoi les palais des congrès des villes de Cassis et de Mandelieu vont être analysés dans l'objectif de comparer leurs forces et faiblesses. L'analyse va être établie sur la base de la présentation de l'offre en infrastructure sur les sites internet des palais des congrès des trois villes. Puis, la présente analyse se tournera sur l'offre existante en matière de salles de conférences afin de voir si une ville peut se placer comme leader du tourisme d'affaires sur la Côte d'Azur. Finalement, l'analyse mettra en évidence la facilité de contact et d'organisation d'événements avec les différents palais des congrès.

Le site internet de l'office du tourisme de Saint-Raphaël a été réalisé dans le but de mettre en valeur la station balnéaire qu'est la ville de Saint-Raphaël et présente toutes les activités réalisables à Saint-Raphaël et les différentes offres d'hébergements. Les autres formes de tourisme ont une place quasi inexistante, ce qui représente un point négatif pour la promotion de cette forme de tourisme et qui fera l'objet d'une proposition d'amélioration au chapitre 3 de ce travail.

Le site du palais des congrès, quant à lui, offre un graphisme simple mais efficace. Toutes les informations nécessaires à l'organisation d'un événement sont visibles et facilement accessibles. Le palais des congrès a également créé une page Facebook sur laquelle il est possible de suivre les événements organisés. Le point négatif pouvant être relevé est le manque de news présentés sur la page Facebook. Une telle page doit être dynamique et

présenter régulièrement des nouveautés. Selon Pascale Gauthier, ce manque de dynamisme est essentiellement lié à un manque en termes d'employés. En effet, le bureau des congrès de Saint-Raphaël ne compte personne dans le domaine de la promotion internet. La page Facebook a été créée par un stagiaire lors d'un précédent stage et cette dernière n'est que rarement mise à jour par manque de temps. Pascale Gauthier souligne tout de même que ce n'est pas une page Facebook qui amène des demandes en congrès. Lorsqu'une entreprise cherche un lieu pour l'organisation de congrès, ses recherches sont souvent les mêmes mots-clés, comme par exemple « palais des congrès Provence ». (Gauthier, 2014). Cette recherche les amène sur le site du bureau des congrès régional qui rassemble tous les palais des congrès d'Avignon à Nice.

### **Infrastructures existantes en matière de palais des congrès et accessibilité**

Le palais des congrès offre de belles prestations en comparaison avec l'offre hôtelière existante. En effet, les espaces du palais des congrès offrent différents espaces notamment un auditorium pouvant accueillir jusqu'à 350 personnes ainsi qu'un espace en plein air pouvant recevoir tout type d'événement. La ville de Saint-Raphaël offre un atout considérable en comparaison des villes de Cassis et Mandelieu, il s'agit de la gare TGV située à 15 minutes à pied du palais des congrès. Cela permet de mettre en valeur Saint-Raphaël comme étant une ville facilement accessible depuis toutes les villes françaises non seulement grâce à la gare TGV mais également grâce à l'aéroport international Nice Côte d'Azur, le deuxième aéroport de France.

### **Moyen de contacter le palais des congrès**

Le site internet du palais des congrès permet aux personnes intéressées de contacter facilement une employée du palais des congrès selon sa fonction au sein de celui-ci. Une idée pourrait être de créer un formulaire de contact automatique sur le site en invitant l'entreprise à notifier le type d'événement qu'elle souhaite organiser, le nombre de personnes présentes et la durée de l'événement par exemple.

En plus du palais des congrès, plusieurs hôtels disposent également de salles de conférences pouvant accueillir des entreprises dans le cadre de meetings. Ces hôtels offrent un vrai avantage. En effet, les congressistes ont tous les services directement sur place, l'hébergement, la restauration et les salles de réunion. Selon le site hrinfos, 63% des événements professionnels sont organisés dans les hôtels alors que seuls 13% sont organisés dans des palais des congrès. (HR infos, 2014).

**Tableau 5 Lieux les plus demandés dans l'organisation d'événements professionnels**

| <i>Plusieurs réponses possibles</i>         | 2010 | 2011 | 2013 |
|---|------|------|------|
| Hôtels                                      | 82 % | 80 % | 63 % |
| Lieux de réception divers (*)               | 26 % | 28 % | 38 % |
| Reste dans les locaux de l'entreprise       | 9 %  | 19 % | 29 % |
| Châteaux et demeures de caractère           | 13 % | 20 % | 28 % |
| Équipements de loisirs (**)                 | 28 % | 14 % | 16 % |
| Centres de conférence et palais des congrès | 24 % | 20 % | 14 % |
| Centre de formation interne à l'entreprise  | 5 %  | 9 %  | 11 % |
| Parcs à thème et de loisirs                 | 13 % | 3 %  | 4 %  |

Source : HR Infos (2014)

Le tableau ci-dessus présente les lieux les plus prisés pour l'organisation de séminaires ou autre réunions professionnelles. Il a été expliqué que les hôtels demeuraient, en 2013, l'endroit le plus demandé par les entreprises. Cependant, le tableau montre tout de même une baisse importante du nombre de rencontres professionnelles organisées dans les hôtels. En effet, en trois ans, le nombre d'événements professionnels organisés en hôtel a diminué de 19%. Les hôtels ne sont pas les seuls à souffrir d'une telle diminution. Les centres de congrès connaissent également une baisse considérable de 10%. Ces diminutions profitent à d'autres types d'hébergements comme par exemple des lieux plus originaux et atypiques. Ces derniers seront présentés dans les pages suivantes.

Selon l'étude réalisée par Coach Omnium, « ce sont majoritairement les hôtels trois et quatre étoiles qui sont les premiers lieux de séminaires choisis, mais en forte diminution au profit de lieux d'accueil atypiques. » (Coach Omnium, 2013). Depuis plusieurs années, les hôtels cinq étoiles ne sont plus les hôtels les plus prisés par les entreprises, ceci étant dû à la situation économique actuelle qui ne permet plus aux entreprises de dépenser des sommes importantes pour les salles de conférences. Ci-dessous, voici l'offre existante des hôtels trois et quatre étoiles offrant des infrastructures pour le tourisme d'affaires.

Le territoire que couvre le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur ne compte que huit établissements hôteliers quatre étoiles disposant de salles de séminaires parmi ses adhérents et un total de 549 chambres de standing. En plus de ces établissements, quatre hôtels trois étoiles offrent également des espaces dédiés au tourisme d'affaire et offrent une totalité de 163 chambres. En se basant sur les résultats de l'étude réalisée par Coach Omnium, il apparaît que les hôteliers de Saint-Raphaël pourraient investir davantage dans la mise en place d'espaces dédiés aux réunions professionnelles étant donné que ce sont ces hôtels qui attirent le plus les entreprises lorsqu'elles organisent des rencontres professionnelles.

Afin de démontrer pourquoi les hôtels trois et quatre étoiles du territoire Estérel Côte d'Azur ont intérêt à investir dans des structures adaptées au tourisme d'affaires, l'hôtel trois étoiles San Pedro de Saint-Raphaël est pris comme un exemple de réussite. Cet hôtel réunit toutes les prestations nécessaires pour attirer et fidéliser de petites structures. En effet, cet hôtel offre un cadre atypique dans un environnement au calme et entouré de verdure, un lieu parfait pour organiser une réunion dans des conditions adéquates. De plus, l'hôtel a investi dans la création d'une petite salle de conférence pouvant accueillir 25 personnes. Cette salle a été créée en parfaite adéquation avec les 28 chambres que l'hôtel propose. En plus de la salle de séminaire, l'hôtel offre une piscine et un jacuzzi en extérieur, et un restaurant proposant des menus spécialement adaptés au tourisme d'affaires. Cet hôtel peut se placer comme un véritable établissement d'affaires alliant le côté professionnel et le côté détente.

L'hôtel San Pedro est un exemple efficace démontrant qu'un hôtel de 30 chambres peut se placer comme un établissement proposant des offres attractives pour les entreprises cherchant un endroit pour leurs réunions. Les hôtels trois étoiles adhérents de la centrale pourraient également offrir ce type de services afin d'augmenter leur taux d'occupation annuel.

L'analyse de l'offre en matière d'infrastructures professionnelles dans les hôtels trois et quatre étoiles montre un manque pour la région de Saint-Raphaël et met en évidence que le tourisme d'affaires n'a pas encore été mis assez en avant auprès des hôteliers de la région par le pôle touristique Estérel Côte d'Azur. Cette analyse montre que les hôtels trois et quatre étoiles pourraient être mieux exploités et que le pôle touristique pourrait trouver une possibilité d'amélioration.

**Figure 9 San Pedro, une offre complète pour le tourisme d'affaires**



Source : Estérel Côte d'Azur (2014)

Après avoir présenté l'offre de salles de conférence des hôtels adhérents à la centrale, l'analyse va s'orienter autour de l'offre en matière de résidences de tourisme ainsi que les lieux de réception divers. En effet, d'après le tableau n°5, les lieux de réception divers regroupant par exemple des villages de vacances ou des golfs rencontrent désormais de plus en plus de succès auprès des entreprises tout comme les demeures de caractère comprenant notamment les châteaux. En effet, ces lieux atypiques, comme le mentionne l'étude Coach Omnium, sont de plus en plus prisés, car ils offrent l'avantage d'être uniques. Le pôle touristique peut tirer profit de cette nouvelle mode, car il travaille avec de nombreux villages de vacances, des chambres d'hôtes atypiques ou encore des domaines nichés dans des endroits inattendus. C'est sur cette tendance qu'il doit profiler son offre et cibler de potentiels nouveaux clients.

L'offre en demeures originales est vaste sur le territoire Estérel Côte d'Azur. Elle regroupe les villages de vacances tels que les résidences de tourisme Pierre et Vacances ou les campings caravanning de haut standing. Un bref récapitulatif montre, ci-dessous, le type de résidences avec lesquelles le pôle touristique Estérel Côte d'Azur travaille.



### **Le village de vacances Pierre et Vacances Cap Estérel, ouvert de février à mi-novembre :**

Cette résidence offre tout un panel d'activités sportives mais également des salles de conférences pour accueillir des entreprises dans un cadre exceptionnel, hors du temps. En effet, c'est avec une vue plongeante sur la Méditerranée que les professionnels participeront à des séminaires. Il s'agit d'un environnement unique dans lequel organiser un événement professionnel.

### **La Bastide du Clos des Roses, hôtel de charme et domaine viticole**

Ce domaine, situé à Fréjus, offre une infrastructure complète pour tout type d'événement. Ils offrent déjà un service pour le tourisme d'affaires et pourraient être mis encore plus en avant par le pôle touristique Estérel Côte d'Azur. Le seul inconvénient est le nombre peu important de chambres, cet hôtel n'en possède que sept.

### **Douce Quiétude, camping caravanning 5 étoiles**

Le camping cinq étoiles Douce Quiétude situé dans les hauteurs de Saint-Raphaël a organisé au mois d'avril dernier un week-end eductour dans le but de présenter ses infrastructures, dédiés aux événements. Organiser un séminaire dans un camping a l'avantage de créer un véritable climat détendu et permet également d'organiser des activités en dehors des conférences.

Le récapitulatif ci-dessus a comme objectif de démontrer que chaque type d'hébergement, que ce soit un hôtel, une résidence de vacances ou encore un camping-caravanning, tous peuvent se profiler comme prestataire pour le tourisme d'affaires. Il y a là un fort potentiel de développement autant pour le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur que pour tous les prestataires touristiques du territoire. Le tout est de pouvoir travailler en collaboration afin de créer des offres originales et également de les promouvoir ensemble grâce aux nouveaux outils médias.

En conclusion, le territoire de Saint-Raphaël possède de sérieux atouts pour créer une identité autour du tourisme d'affaires. Bien que la région de Saint-Raphaël soit essentiellement visitée pour des raisons de loisirs ou pour des séjours balnéaires, celle-ci peut se profiler comme étant une ville d'affaires pour de petites et moyennes entreprises.

Elle ne peut en aucun cas devenir une concurrente de grandes villes de congrès comme Nice, Cannes ou encore Marseille. Cependant, elle peut mettre l'accent sur son accès facile, son palais des congrès, ses hôtels bien situés et le nombre important d'activités réalisables sur le territoire. Une ville comme Saint-Raphaël a beaucoup à offrir pour des structures qui souhaitent organiser un congrès, un salon ou encore un séjour incentive. Grâce à un contact personnalisé avec une équipe de professionnels, ladite entreprise vivra un événement réussi.

### **2.3. Analyse de l'offre existante en matière d'hébergements sur le territoire de Saint-Raphaël**

Le territoire dont se charge le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur comprend tout type d'hébergement. Ceux-ci peuvent être des hôtels, des chambres d'hôtes, des résidences de tourisme, des campings ou encore des appartements loués par le biais d'agences immobilières. Ces possibilités d'hébergements offrent un choix varié aux clients potentiels et présentent une vraie force pour le territoire de Saint-Raphaël. Ce chapitre va présenter l'offre existante sur le territoire de Saint-Raphaël mais il va également mettre en avant les atouts et les inconvénients des différentes possibilités d'hébergement, ceci dans l'objectif d'amener des idées d'amélioration, développées dans le chapitre 3 de ce document.

En premier lieu, l'analyse va se concentrer sur les hôtels présents à Saint-Raphaël même mais également sur ceux situés dans tout le territoire dont s'occupe le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. La présente analyse va tout d'abord se baser sur l'offre hôtelière de standing trois et quatre étoiles, étant donné qu'il a été vu que ce sont ces types d'hôtels qui sont le plus demandés durant les événements professionnels que ce soit des congrès, des salons ou encore des séminaires.

Tout d'abord, l'analyse va se concentrer sur les hôtels situés à proximité même du palais des congrès qui accueille chaque année de nombreux événements professionnels. Parmi les adhérents au Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, seuls trois hôtels sont localisés dans un périmètre proche du palais des congrès de Saint-Raphaël.

Parmi ces trois établissements, deux présentent le standing quatre étoiles et le dernier offre des prestations de standing trois étoiles. Au total, ce sont 164 chambres disponibles à quelques mètres seulement du palais des congrès.

Ensuite, le centre-ville de Saint-Raphaël offre deux hôtels quatre étoiles et trois hôtels trois étoiles qui représentent 168 chambres, situées à moins de 20 minutes à pied du palais des congrès. Parmi ces établissements, seul un possède des infrastructures pouvant accueillir des événements professionnels, c'est-à-dire des salles de conférences équipées de matériel tels qu'écran ou encore beamer. Ensuite, le centre-ville possède cinq hôtels classés deux étoiles qui offrent ainsi 114 chambres de moyenne gamme.

La ville de Saint-Raphaël s'étend sur plusieurs kilomètres et chaque quartier possède des hôtels. À titre d'exemple, deux hôtels de standing quatre étoiles et deux hôtels de standing trois étoiles sont situés dans le quartier de Valescure proposant un total de 100 chambres de bon standing. Ces derniers se trouvent un peu en retrait, à environ quatre kilomètres du centre-ville. Chacun de ces hôtels offre des salles de conférence au sein de leur établissement, ce qui représente une réelle force pour eux. En effet, ils ont l'avantage d'offrir toutes les prestations nécessaires à la mise en place de conférences.

Parmi les adhérents de la centrale de réservation, seuls cinq hôtels ont la qualification quatre étoiles à Saint-Raphaël même. Deux de ces cinq hôtels se situent à proximité même du palais des congrès, ce qui représente un réel atout pour l'organisation de réunions professionnelles. Au total ce sont près de 150 chambres de standing quatre étoiles situées à moins de 200 mètres du palais des congrès. Un troisième hôtel, tout récemment classé quatre étoiles, se trouve en bord de mer, à quelques minutes à peine de la gare SNCF et à 20 minutes à pied du palais des congrès. Ce troisième hôtel offre 30 chambres de grand standing.

Le nombre de chambres disponibles à Saint-Raphaël et plus particulièrement à proximité du palais des congrès est suffisant. En effet, selon le site internet du palais des congrès de Saint-Raphaël, celui-ci peut accueillir jusqu'à 348 personnes dans l'auditorium principal et le nombre de chambres d'hôtels situés à 20 minutes à pieds du palais s'élève à 446 en comptant les hôtels deux à quatre étoiles adhérents au Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. Il serait ainsi inutile de proposer plus de chambres, étant donné le nombre de places limités

dans le palais des congrès. L'offre en hébergements est en adéquation avec l'offre en infrastructures événementielles.

## **2.4. Évaluation de l'importance du rôle du Pôle Touristique**

Le service de réservation du pôle touristique est un réel point positif pour le palais des congrès. En effet, Madame Dorothée Tassan, responsable de l'hébergement pour le tourisme d'affaires a comme tâche d'obtenir des tarifs négociés auprès des hôteliers de la ville de Saint-Raphaël lors de congrès.

Grâce à ce service gratuit, le palais des congrès peut confirmer ou non la possibilité de réaliser un congrès en fonction du nombre de chambres à pourvoir. Pour les employés du palais des congrès, le service de réservation d'hébergement permet aux organisateurs et aux participants d'avoir une offre d'établissements ainsi que leurs tarifs directement sur un formulaire de réservation mis en ligne.

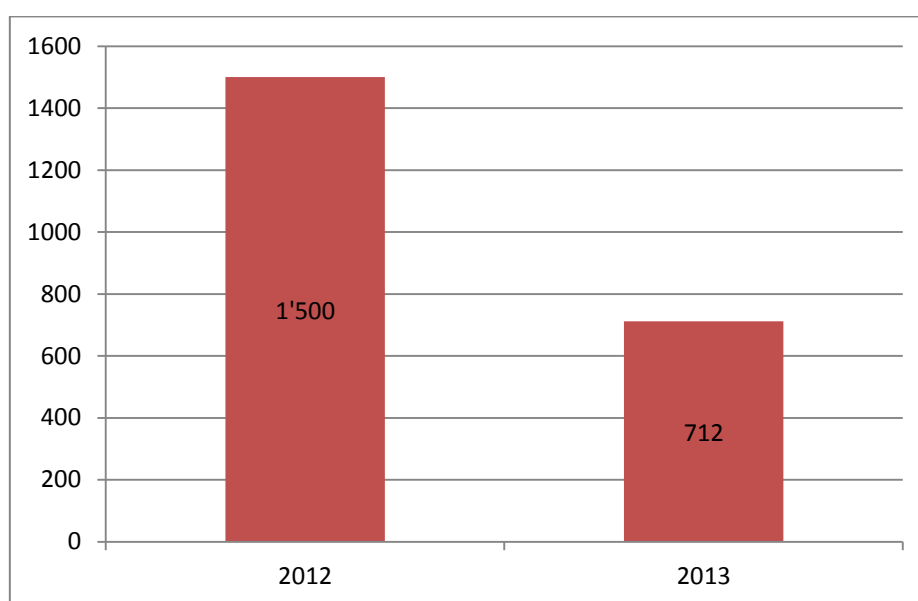
Cependant, depuis quelques temps, ce service a mis l'accent sur une faiblesse. En effet, les tarifs négociés auprès des hôteliers sont faits en amont du congrès, des semaines, voire des semaines avant la date de l'événement. Lorsque les inscriptions arrivent et, par conséquent, les demandes de réservations se font, certains organisateurs ou participants aux congrès ont eu la mauvaise surprise de découvrir des tarifs plus avantageux sur le site de réservation [www.booking.com](http://www.booking.com). Ce point négatif est, selon Pascale Gauthier, inévitable. En effet, les hôteliers n'ont aucune certitude quant au nombre de chambres qui vont être vendues durant le congrès. La centrale de réservation ne peut assurer un nombre minimum de réservations pour chaque établissement. Pascale Gauthier affirme que cette différence de tarif a causé quelques problèmes. En effet, les congressistes ont eu l'impression d'avoir été en quelque sorte trompés sur les tarifs exercés par les hôteliers. Pour ne pas perdre la confiance des associations ou autres organisations, le palais des congrès et la centrale de réservation ont inscrit sur le formulaire de réservation une phrase informant les participants sur les différences de tarifs afin de se protéger en cas de litige. (Gauthier, 2014).

La concurrence des sites internet tels que booking ou encore hotels.com est inévitable actuellement. Il est devenu si aisé de comparer les tarifs que les congressistes n'hésitent plus à réserver par le biais de ces sites internet. Les chiffres parlent d'eux-mêmes. En 2012,

quatre congrès ont été organisés au sein du palais des congrès de Saint-Raphaël. Les quatre congrès ont généré un nombre de réservations de 1500 nuitées pour la centrale de réservation. En 2013, six congrès et salons ont pris place à Saint-Raphaël et ces derniers n'ont apporté que 712 nuitées réservées via le service de la centrale de réservation. (Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, 2014). Cela représente un recul de plus de 50% par rapport à l'année 2012. La volonté du pôle touristique étant de se concentrer sur les réservations de groupes, une solution doit être trouvée dans le but de repartir sur des bases positives, car ce ne sont pas les congrès qui manquent à Saint-Raphaël.

Le graphique ci-dessous montre le fort recul de réservations liées au tourisme d'affaires effectuées par la centrale de réservation. Le tourisme d'affaires ne connaît pas la crise à Saint-Raphaël, il est nécessaire de trouver le moyen d'augmenter le nombre de réservations et surtout trouver les faiblesses du système mis en place.

Figure 10 Dégringolade du nombre de nuitées vendues via le pôle touristique



Source : Estérel Côte d'Azur (2014)

## 2.5. Analyse de la demande actuelle en matière de tourisme d'affaires à Saint-Raphaël

Selon l'entretien réalisé avec la responsable du palais des congrès, Pascale Gauthier, la demande en tourisme d'affaires n'a pas fléchi à Saint-Raphaël, malgré la situation économique un peu compliquée depuis quelques années. Pour affirmer ses propos, Pascale

Gauthier démontre que le palais des congrès de Saint-Raphaël est utilisé 260 jours par année. Ce palais des congrès est ainsi utilisé à plus de 70% durant une année. En revanche, elle m'informe bien que les 260 jours comprennent tous les types d'événements, qu'ils soient culturels ou professionnels et qu'ils comprennent également les jours de montage et démontage. Parmi les 260 jours d'occupation, il s'agit principalement de journées de séminaires et non pas de congrès sur plusieurs jours. Pascale Gauthier informe également que le bureau des congrès de Saint-Raphaël reçoit des demandes aussi bien pour la fin de l'été, pour l'hiver que pour le printemps. Le tourisme d'affaires a bien évolué, car les séjours professionnels ne sont plus limités aux mois de novembre à mars. (Gauthier, 2014).

Pascale Gauthier affirme que, contrairement à d'autres destinations de la Côte d'Azur, le bureau des congrès a toujours répondu aux demandes de congrès régionaux. Toujours d'après elle, certains palais des congrès ont voulu axer leur offre sur les congrès nationaux voire internationaux, ce qui leur a valu de mauvaises surprises. En effet, comme vu au chapitre 1, les séjours d'affaires ne se font plus dans des destinations lointaines. La force de Saint-Raphaël a été de conserver une clientèle régionale qui fait partie de la majorité de ses clients.

Chaque année, le bureau des congrès de Saint-Raphaël reçoit une dizaine de demandes de congrès. Parmi les dix demandes, quatre se concrétisent par année. Les six demandes qui n'aboutissent pas peuvent être pour plusieurs raisons. Pascale Gauthier souligne que la capacité d'accueil du palais des congrès est idéale pour des petits congrès. Lorsque le bureau des congrès reçoit des demandes pour 1000 personnes, il ne peut pas répondre favorablement, car non seulement le palais des congrès ne possède pas les infrastructures nécessaires à cette demande mais aussi car il serait impossible d'héberger les 1000 congressistes à Saint-Raphaël. De plus, il est également possible que certaines demandes de congrès soient refusées, si le sujet des congrès n'est pas conforme à l'éthique du palais des congrès et de la municipalité. Enfin, souvent les demandes de congrès n'aboutissent pas, car le palais des congrès est déjà pris aux dates souhaitées. (Gauthier, 2014).

Si le palais des congrès ne peut pas accueillir le congrès dans ses espaces, Pascale Gauthier, responsable du bureau des congrès, prend contact avec le pôle touristique afin de voir si un hôtel de la ville a les disponibilités et les infrastructures nécessaires à l'organisation

dudit congrès. Si aucun hôtel de la ville ou du territoire n'a la possibilité d'accueillir l'événement, un autre moyen est mis à disposition du palais des congrès de Saint-Raphaël. Il s'agit du site internet [provencecotedazurevents.com](http://provencecotedazurevents.com) qui sert de bourse d'échange. Ce site a été mis en place dans le but que la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ne perde pas de retombées économiques importantes. Lorsqu'un palais des congrès ne peut pas recevoir un événement, il peut prendre contact avec les palais des congrès de la région et les informer de la demande de congrès reçue.

Si l'un des 15 palais peut répondre favorablement à la demande, ce sont des retombées économiques intéressantes pour toute la région en matière de tourisme d'affaires. Pascale Gauthier confirme que la collaboration entre les 15 palais des congrès de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur fonctionne très bien depuis sa mise en place.

En conclusion, il ressort que la destination de Saint-Raphaël est essentiellement demandée pour des journées de séminaires et non pas pour des congrès de plusieurs jours. En effet, sur les 260 jours durant lesquels le palais des congrès est utilisé, seuls une vingtaine de jours sont consacrés à l'organisation de congrès. Cependant, malgré un nombre faible de congrès, le bureau du palais des congrès est satisfait du taux d'occupation, car celui-ci n'a pas fléchi ces dernières années, au contraire, il reste stable depuis plusieurs années. Enfin, après chaque événement organisé au sein du palais des congrès, un questionnaire de satisfaction est envoyé aux organisateurs. Selon Pascale Gauthier, le taux de satisfaction est proche de 100%. Le service personnalisé du bureau des congrès a permis de fidéliser certaines entreprises organisant des journées de séminaires. (Gauthier, 2014).

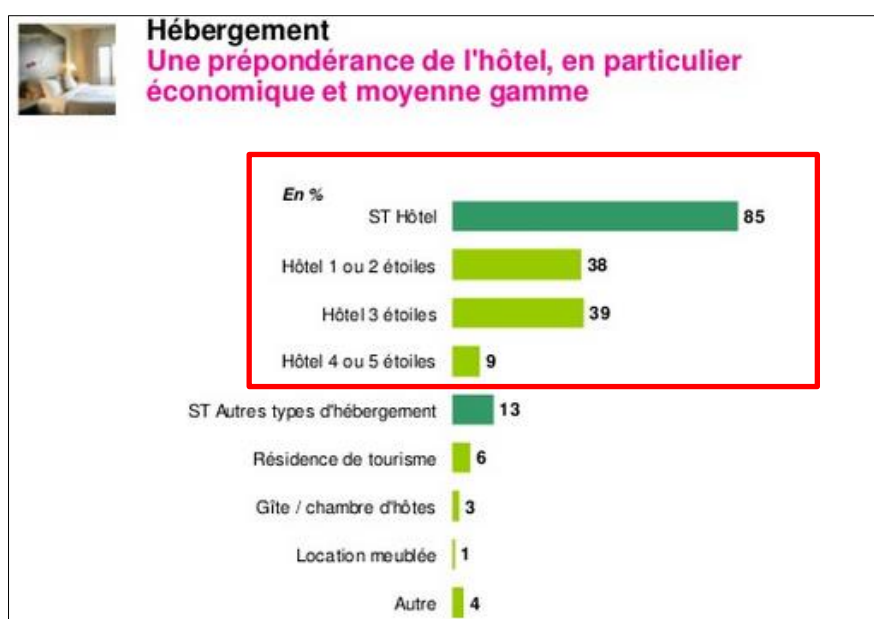
## **2.6. Analyse des dépenses moyennes des congressistes à Saint-Raphaël**

Tout d'abord, l'analyse des dépenses moyennes va se concentrer sur la région dont s'occupe le site internet [provencecotedazurevents.com](http://provencecotedazurevents.com), c'est-à-dire la région de Nice à Avignon. En effet, le bureau des congrès Provence Côte d'Azur Events a réalisé une étude sur les dépenses des congressistes en 2009.

Cette étude permettra de faire des parallèles avec l'évaluation des dépenses réalisées par les congressistes à Saint-Raphaël. Pour la réalisation de l'étude, 22 congrès ont été sondés entre Nice et Avignon, dont un congrès à Saint-Raphaël pour une durée moyenne de 3.2 jours de congrès. Parmi les questionnaires distribués, 608 ont été remplis correctement dont 24 durant le congrès à Saint-Raphaël. (Provence Côte d'Azur Events, 2009).

Les dépenses vont s'orienter autour de l'hébergement et de la restauration. Selon l'étude réalisée par le bureau des congrès Provence Côte d'Azur, 85% des congressistes choisissent comme hébergement l'hôtel. Contrairement aux informations données dans le chapitre 1, ce sont les hôtels moyens de gamme qui sont le plus demandés. En effet, les hôtels deux et trois étoiles ont accueilli la majorité des congressistes alors que les hôtels quatre et cinq étoiles n'ont hébergé qu'une petite partie des professionnels. En 2009, lorsque l'étude a été réalisée, la dépense par nuit pour l'hébergement se montait à 105.00 euros pour une moyenne de 3.3 nuits. (Provence Côte d'Azur Events, 2009).

Figure 11 Présentation du type d'hôtels choisis pour des congrès en PACA



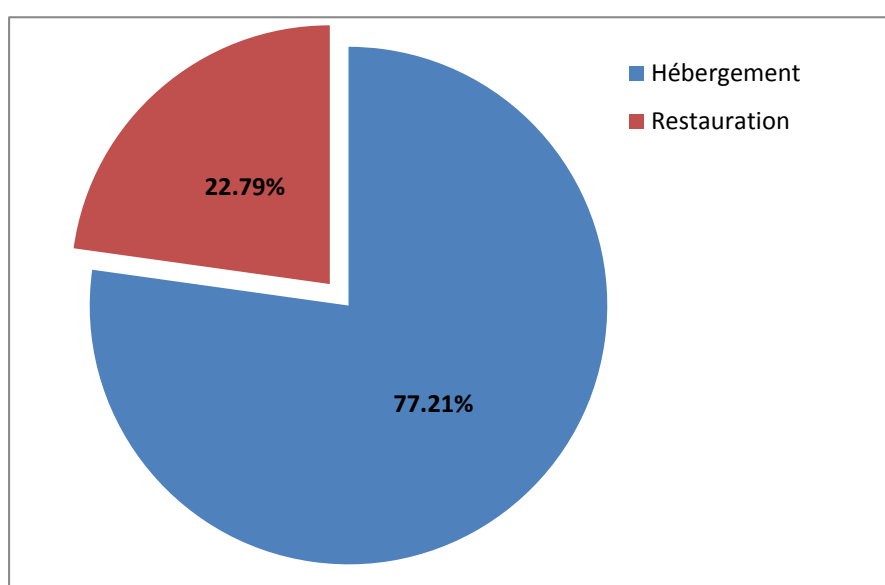
Source : Provence Côte d'Azur Event (2009)

Parmi les 608 personnes interrogées, 127 congressistes ont indiqué être arrivé quelques nuits avant le début du congrès, ce qui représente des nuitées réalisées pour les hôteliers de la région. D'après les résultats de l'étude, 109 personnes ont également prolongé leur séjour lorsque le congrès s'est terminé afin de profiter de la région. (Provence Côte d'Azur Events, 2009).



Après avoir analysé les dépenses en matière d'hébergement qui représente la première source de dépense des congressistes, la deuxième analyse se concentre sur les dépenses effectuées pour l'alimentation, la deuxième source de dépenses des professionnels. Selon les résultats de l'étude, un congressiste dépense en moyenne 31.00 euros par jour pour se nourrir. En comparant le montant dépensé pour les deux sources de dépenses les plus importantes, les dépenses consacrées à l'hébergement représentent plus des trois quarts des dépenses. La restauration, quant à elle, représente moins de 25% des dépenses réalisées par les congressistes.

**Figure 12 Répartition des deux grandes sources de dépenses des congressistes :  
l'hébergement et la restauration**



Source : Provence Côte d'Azur Events (2009)

L'étude se basant sur les congrès réalisés entre Nice et Avignon, une analyse des dépenses est réalisée sur les nuitées enregistrées à Saint-Raphaël dans le cadre de l'organisation de congrès. La présente analyse est basée uniquement sur les nuitées enregistrées via la centrale de réservation selon les tarifs négociés avec les hôteliers de Saint-Raphaël.

En 2013, six événements professionnels, que ce soient des salons professionnels ou des congrès, ont apporté des réservations d'hébergements à Saint-Raphaël et ont généré 712 nuitées pour un chiffre d'affaires total de 70'937.50 euros. (Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, 2014). Le prix moyen d'une nuitée est ainsi de 99.63 euros, soit un peu moins de six

euros en moins en comparaison avec l'étude réalisée en 2009. D'après le rapport HPI sur le prix des hôtels 2011, la tendance du prix des chambres d'hôtels était plus à la hausse, sauf à Marseille où le prix a chuté de 4%. Le prix des hôtels à Saint-Raphaël reste attractif en sachant que les tarifs sont négociés incluant le petit-déjeuner dans le tarif de 99.63 euros.

L'année 2012, quant à elle, a généré un nombre de nuitées bien plus important qu'en 2013 pour un nombre de manifestations similaire. Durant cette année-là, ce ne sont pas moins de 1500 nuitées générées par le tourisme d'affaires à Saint-Raphaël en ne tenant compte que des nuitées vendues pour un événement organisé au sein du palais des congrès. (Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, 2014). Le prix moyen d'une nuitée en 2012 se montait à 106.71 euros, près de sept euros plus cher qu'en 2013. En évaluant le prix d'une nuitée entre 2012 et 2013, le prix moyen d'une nuitée à Saint-Raphaël s'élève à 103.17 euros, ce qui reste encore raisonnable en comparaison avec les prix d'hôtels à Cannes ou encore à Nice. (Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, 2014).

Les dépenses en restauration réalisées par les congressistes reposent sur un calcul fait selon les informations reçues lors de l'entretien avec Pascale Gauthier, responsable du bureau des congrès. Les congressistes déjeunent en général au restaurant de l'hôtel Best Western, situé à quelques mètres seulement du palais des congrès, car il s'agit du seul restaurant permettant d'accueillir un grand nombre de personnes. Le restaurant met en place un menu Affaires pour un montant d'environ 20 euros. Lorsqu'il s'agit de journées de séminaires ou autres événements, certaines organisations optent pour l'un des nombreux restaurants du port de Santa Lucia, se trouvant à côté du palais des congrès. Le prix moyen d'un repas à midi est de 15 euros. (Gauthier, 2014).

### **Chapitre 3 – Propositions pour améliorer le tourisme d'affaires à Saint-Raphaël**

Après avoir analysé le phénomène du tourisme d'affaires en France et ensuite plus précisément à Saint-Raphaël, il en ressort que la ville de Saint-Raphaël peut améliorer certains points dans le but d'attirer plus d'événements professionnels. Dans ce chapitre, des propositions d'amélioration vont être décrites afin de mettre l'accent sur les faiblesses de la destination. Les propositions listées dans ce chapitre ont pour but de transformer les

faiblesses en forces afin de positionner Saint-Raphaël non plus comme étant une station balnéaire familiale mais également comme étant une destination idéale pour le tourisme d'affaires, ceci dans le but de réduire l'importante saisonnalité remarquée ici.

Les différentes propositions visent plusieurs domaines, que ce soit l'amélioration de l'image de la ville de Saint-Raphaël, l'utilisation des médias locaux et régionaux ou encore les hôtels de la ville. Ces propositions sont décrites sur la base des deux chapitres précédents. En effet, il a pu être remarqué que le territoire de Saint-Raphaël possède des atouts indéniables pour en faire une destination idéale du tourisme d'affaires. Les propositions qui suivent sont expliquées de manière détaillée afin qu'elles puissent être mises en place par les acteurs touristiques de la ville.

Tout d'abord, il est important de montrer une autre facette de la ville de Saint-Raphaël et ne pas réduire cette destination à une destination touristique estivale. Ensuite, Saint-Raphaël doit présenter ses forces notamment son patrimoine riche et varié avec des paysages uniques grâce au massif de l'Estérel. Un des atouts de la destination de Saint-Raphaël est sans aucun doute son offre étoffée de loisirs réalisables tout au long de l'année. Ceux-ci doivent être mis en avant lors d'événements professionnels. Ensuite, le tourisme ne cesse de progresser grâce aux nouvelles technologies. Une proposition mettra en avant une utilisation optimisée. Puis, une proposition sera de redessiner une identité unique entre les 14 offices de tourisme. Finalement, une destination doit se faire connaître des médias locaux et régionaux, la dernière proposition s'orientera sur la manière de communiquer.

### 3.1. Créer une identité propre au tourisme d'affaires et nuancer son image de destination balnéaire

Figure 13 La répartition inégale des types de séjours



Source : Étude Var Estérel, 2010-2011

La ville de Saint-Raphaël est essentiellement connue pour son offre balnéaire. En effet, Saint-Raphaël, ville d'environ 30'000 habitants à l'année, devient durant la saison estivale une véritable station touristique de près de 80'000 habitants. Selon une étude

réalisée par Var Tourisme entre 2010 et 2011, 98% des séjours réalisés dans l'Est Varois sont effectués pour des motifs de loisirs et seuls 2% sont réalisés pour motif professionnel. (Var Tourisme, 2010-2011). La réputation de Saint-Raphaël en tant que station balnéaire n'est plus à faire. En revanche, au vu de tous les atouts que la ville offre, il pourrait être intéressant de développer l'image de Saint-Raphaël comme étant une ville de congrès. Dans cette optique-là, créer une nouvelle identité pour la destination est la proposition qui est développée ci-après.

Créer une identité pour une destination est un point essentiel. En effet, lorsqu'une destination possède une image de marque, les potentiels visiteurs ont en tête cette identité. Cependant, une image de marque ne se construit pas rapidement, le développement de cette image de marque doit respecter certaines étapes. Nicolas Boussion, spécialiste en marketing, indique qu'il est essentiel pour un organisme d'avoir un slogan unique, de connaître son marché et sa concurrence et de mettre en place une stratégie marketing pour pouvoir créer une image de marque. (Boussion, 2013). Le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur bénéficie d'un logo bien défini. De plus, il connaît son marché et ses concurrents. Le point qui reste une faiblesse est la mise en place d'une stratégie marketing pour attirer le segment du tourisme d'affaires. Cependant, une stratégie marketing exige un investissement d'argent que le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur n'a pas forcément. Le but ici est de proposer des idées de stratégies marketing efficaces et à moindre coût.

Le territoire de Saint-Raphaël souffre d'un manque d'hôtels trois et quatre étoiles. De ce fait, il ne peut pas attirer de gros congrès. La stratégie sera de cibler des organismes de petites et moyennes ampleurs. La première proposition est de faire un listing des petites et moyennes entreprises de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et de leur envoyer un e-mail regroupant les forces et les atouts de Saint-Raphaël, la ville des congrès sur la Côte d'Azur. Cette première proposition a un coût de production peu élevé et est facile à mettre en place. En effet, le coût de cette action est le temps de préparation de l'e-mail par l'un des collaborateurs.

Ci-dessous, un exemple d'email a été rédigé dans le but de montrer à quoi pourrait ressembler le premier contact effectué avec les différentes entreprises.

« Madame, Monsieur,

Vous cherchez un endroit pour organiser un congrès, un salon, une journée de travail, nous vous apportons la solution : SAINT-RAPHAËL, VILLE D’AFFAIRES ET DE LOISIRS...

Notre destination est LA solution idéale pour votre entreprise. Notre association vous offre un service personnalisé et gratuit. Nous représentons pour vous une aide, une assistance durant toute l’organisation de votre événement, de la recherche de la structure d’accueil à l’hébergement dans une ville bénéficiant de tous les avantages de la Côte d’Azur, les prix avantageux en plus !

Une équipe de professionnels se tient à votre disposition pour organiser votre événement à votre image. N’attendez plus et contactez le Pôle Touristique Estérel Côte d’Azur au 04 94 19 10 60 ou envoyez un e-mail à [hebergement@esterel-cotedazur.com](mailto:hebergement@esterel-cotedazur.com). Nous vous conseillerons avec plaisir. Vous souhaitez avoir un aperçu de nos services, un seul site : [www.esterel-cotedazur.com](http://www.esterel-cotedazur.com).

ESTÉREL CÔTE D’AZUR : UNE DESTINATION... DE NOMBREUSES POSSIBILITÉS...

**260**  
**professionnels** adhérents

**240**  
**activités** de loisirs

**50 000**  
**lits** commercialisés

Sur la base de l’entretien réalisé avec Pascale Gauthier, il n’y a pas un secteur d’activités plus représenté à Saint-Raphaël. Tout type d’entreprises peut choisir la ville de Saint-Raphaël. Cependant elle relève une plus grande demande de la part d’entreprises travaillant dans le secteur de la santé, car ces dernières n’ont que peu de moyens pour organiser des événements professionnels.

### 3.2. Mettre en avant le patrimoine, un atout pour mettre en valeur la région

Le territoire de Saint-Raphaël peut se vanter de bénéficier d'un patrimoine riche en couleur. Entre terre et mer, ce territoire offre des paysages connus partout en France. Son plus grand atout est la présence du Massif de l'Estérel situé au pied de Saint-Raphaël. Celui-ci est reconnaissable aisément grâce à la couleur de sa roche. Cette couleur, un rouge flamboyant reflète la carte de visite de la destination. Le patrimoine reste un élément essentiel dans le choix d'une région. Selon Atout France, « la consommation culturelle s'inscrit de façon transversale ; l'offre culturelle est déterminante dans le choix final du consommateur en termes de destination. » (Atout France, 2007). Et cela vaut également pour choisir le lieu d'un événement professionnel.

Le patrimoine du territoire ne s'arrête pas uniquement au Massif de l'Estérel, il regroupe de nombreux sites offrant un fort potentiel d'un point de vue touristique. Le but de la proposition ci-dessous est de cibler des types d'événements grâce au patrimoine de la région. À chaque type d'événement, un patrimoine culturel ou encore naturel, ceci dans le but de créer une forte identité.

**Figure 14 Le massif de l'Estérel, l'image sportive de la destination**



Source : Tourisme en France (2014)

photo ci-contre. (Tourisme en France, 2014).

Connu essentiellement pour ses nombreux chemins de randonnées et sentiers VTT, le massif de l'Estérel est le parfait représentant du territoire pour toutes les entreprises actives dans le milieu du sport et de l'environnement. Il est la parfaite image d'un site protégé et intact comme le démontre la

La proposition est de faire du massif de l'Estérel l'image de marque de la destination de Saint-Raphaël pour démarcher les associations actives dans le milieu de l'environnement et du sport. Ces deux secteurs vont être visés de manière différente.

En effet, les associations sportives seront approchées pour l'organisation d'incentives alors que celles actives dans le développement durable seront approchées dans l'optique d'organiser des séminaires ou conférences dans un cadre naturel.

Au mois d'octobre de chaque année a lieu la course de VTT du Roc d'Azur, connu dans toute la France. Cette course se déroule sur quatre jours et durant cette course, un salon regroupe les professionnels du monde vététiste. Cet événement est l'occasion pour le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur de présenter ses services et son territoire, dans le but d'attirer ces entreprises pour un événement professionnel.

La proposition ci-dessous concerne tout d'abord le Roc d'Azur et plus particulièrement les exposants présents sur le salon de l'événement. Ce sont plus de 250 exposants européens qui se retrouvent à Fréjus durant les quatre jours de la compétition. Le site internet officiel du Roc d'Azur nomme tous les exposants présents pour la 30<sup>ème</sup> édition de la course. L'idée est de construire une base de données regroupant le nom des entreprises œuvrant dans le domaine du cyclisme afin de les approcher dans l'objectif de créer pour elles un séjour incentive comme par exemple la présentation d'un nouveau VTT. Lorsque ladite base de données sera créée en regroupant dans la mesure du possible, le nom d'un dirigeant, un numéro de portable ainsi qu'une adresse e-mail. Ces éléments serviront dans un premier temps d'entrer en contact avec les entreprises.

Avant de prendre contact avec les entreprises, il est important de préparer un argumentaire réfléchi, car un premier contact peut faire toute la différence dans les premières secondes. Il faut donc présenter de manière claire et brève les missions du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur et proposer des solutions « clés en main » pour les entreprises ciblées. Pour exemple, une brochure dédiée aux groupes a été développée pour présenter les offres réalisables dans la région. Il s'agit d'un cahier d'une trentaine de pages proposant différents types d'activités axées sur le terroir, nature, patrimoine et aventure. La brochure a été conçue dans l'objectif d'attirer les groupes sur le territoire de Saint-Raphaël. Une deuxième brochure ou du moins un deuxième support papier pourrait être créé dans le but d'attirer des incentives, secteur touristique en pleine croissance.

### 3.3. Mettre en avant le large choix de loisirs proposés à Saint-Raphaël

Le territoire de Saint-Raphaël a l'avantage de comprendre les villages perchés du Pays de Fayence et les destinations du littoral telles que Saint-Raphaël, Fréjus ou encore Les Issambres. Grâce à ce mélange, de nombreuses activités aussi variées qu'originales sont offertes aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels. Chaque année, le guide de loisirs Amusez-vous est édité et comprend plus d'une centaine d'activités à des prix négociés avec les adhérents à la centrale de réservation Estérel Côte d'Azur. (Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, 2014). Parmi les prestataires présents dans le

Figure 15 Le guide de loisirs pour tous



Source : Estérel Côte d'Azur (2014)

guide, plusieurs se consacrent durant la basse saison aux incentives. Les incentives, comme vu dans le premier chapitre de ce document, est une récompense offerte à un employé ou un groupe d'employés dans l'optique de les motiver dans leur travail. Selon un article paru au mois de novembre 2012 sur le site [tourmag.com](http://tourmag.com), le secteur du tourisme d'affaires qui se porte le mieux est l'incentive. (Tourmag.com, 2012). Toujours d'après cet article, "Plus aucune entreprise ne fera actuellement un incentive sur des destinations très long courrier comme l'Argentine. Les budgets sont plus restreints et la demande se porte sur des destinations proches, voire nationales". (Tourmag.com, 2012). Il s'agit là d'un élément important à prendre en compte. Les entreprises ont compris que leurs employés faisaient preuve de plus de créativité et de rendement lorsqu'ils avaient une récompense. La situation économique n'étant pas encore revenue au beau fixe, les entreprises ont comme souhait de proposer des activités originales à leurs employés mais que celles-ci correspondent à leur budget.

Afin de pouvoir commercialiser des voyages incentives, il est essentiel de connaître quels types d'entreprises organisent ce type de voyage. D'après un document établi par l'école internationale pour le tourisme de Zürich, les branches professionnelles organisant régulièrement des voyages incentives sont les suivantes :



- Industrie automobile
- Sociétés d'assurance
- Banques
- Sociétés de cosmétiques
- Sociétés pharmaceutiques

Cette information est à prendre avec recul, car ces données datent de 2005. (Internationale Schule für Touristik Zürich, 2005). Aujourd'hui, tout type d'entreprises organise des événements dans le but de récompenser et de motiver ses employés. Comme décrit plus haut, la destination n'a pas besoin d'être lointaine mais les employés attendent de cet incentive qu'il soit original et qu'ils découvrent quelque chose de nouveau. Dans le guide de loisirs Amusez-vous, des activités aussi originales qu'inédites sont proposées et pourraient faire l'objet d'une journée incentive. Dans les nouveautés 2014, le fly board fait partie des activités originales de la saison. Cette activité offre, comme le montre la photo ci-contre, quelques minutes de sensations fortes et la possibilité une fois dans sa vie de marcher sur l'eau. (Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, 2014).

**Figure 16 Fly board: une activité innovante et originale**



Sources : Estérel Côte d'Azur, 2014

En plus du guide Amusez-vous destinés plus aux individuels, le pôle touristique a remis au goût du jour la brochure dédiée aux groupes au printemps 2014 afin de proposer aux différentes associations des idées de sorties ou de séjours. Cette brochure peut très bien être une base pour proposer aux entreprises des idées de journées sortant de l'ordinaire. Cette brochure est divisée en plusieurs thèmes qui sont la nature, le patrimoine, le terroir, l'aventure ou encore la détente. La brochure a été envoyée à différentes associations et organisations par Alexandra Sauvaigo, commerciale au pôle touristique Estérel Côte d'Azur. Cependant, ces brochures manquent de visibilité à Saint-Raphaël même ou dans les villages faisant partie du territoire Estérel Côte d'Azur.

Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2014, le pôle touristique a fermé complètement ses portes au public. Les gens sont redirigés auprès de l'office du tourisme de Saint-Raphaël pour toute réservation d'hébergement ou de loisirs. L'office du tourisme de Saint-Raphaël comme les 13 autres offices du tourisme du territoire seraient une vitrine pour mettre en

**Figure 17 La nouvelle brochure destinée aux groupes, des idées de séjours pour tous les goûts**



Sources : Estérel Côte d'Azur (2014)

évidence la brochure consacrée aux séjours et sorties de groupes. En effet, les offices du tourisme accueillent tout au long de l'année de nombreux touristes qui viennent chercher une information. Derrière ces touristes se cachent certainement des personnes à la recherche d'idées pour des séjours professionnels.

La dernière nouveauté 2014 en matière de loisirs est le partenariat fait entre les Alpes Maritimes et le Var pour la Côte d'Azur Card. Il s'agit d'une carte

**Figure 18 La Côte d'Azur Card, une idée originale pour plaire à tous**



Source : Estérel Côte d'Azur (2014)

permettant aux utilisateurs de tester un grand nombre d'activités. Deux formes sont présentées : la carte pass de trois jours et celle de six jours. (Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, 2014). En payant la carte, l'utilisateur peut tester les 115 activités proposées dans la région de Nice à Saint-Raphaël.

Toutes ces possibilités de réaliser autant d'activités sur un seul territoire doivent être mises en avant afin de donner envie aux entreprises d'organiser des journées ou des séjours soit de séminaires ou alors des incentives. Le territoire a tous les outils en main pour offrir des incentives originaux aux entreprises de la région qui ne souhaitent pas s'éloigner de leur région. La cible à viser est les entreprises des départements voisins, c'est-à-dire les Alpes-Maritimes ou encore le Gard.

### **3.4. Utiliser les médias sociaux**

Facebook, Twitter, Youtube... Chacun de ces médias sociaux peut promouvoir de manière efficace une destination touristique. Le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur l'a compris en utilisant de manière continue Facebook, grâce à la création d'une page. Celle-ci permet aux fans non seulement de suivre l'actualité du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur mais également de participer aux concours créés pour fidéliser la clientèle.

Le tourisme d'affaires, tout type d'événements organisés, représente une part importante du chiffre d'affaires réalisé par le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. Or, aucune page n'est dédiée à ce domaine du tourisme. La proposition amenée dans ce chapitre-ci est la création d'une page semblable à celle déjà existante. La différence apportée est le type d'information apportée. La page existante Estérel Côte d'Azur regroupe plus de 10'000 fans sur Facebook. Celle-ci pourrait être une manière efficace de lancer la nouvelle page dédiée au tourisme d'affaires.

Créer une page Facebook peut paraître facile. Cependant la création de cette page doit être réfléchie par l'entreprise, car celle-ci va véhiculer l'image de l'entreprise sur internet, au vu de tous. Selon le site internet [emarketinglicious](#), la création d'une page Facebook « est une étape essentielle de votre stratégie de communication sur les réseaux sociaux. » et cette page vous « permettra d'interagir avec vos prospects et vos clients d'une manière innovante. » ([emarketinglicious](#), 2014). La création de cette page vise plusieurs objectifs. Tout t'abord, elle a pour mission de faire connaître Saint-Raphaël comme étant une destination idéale au tourisme d'affaires. Ensuite, elle offre une visibilité pour les prestataires touristiques de la destination en présentant sous forme de petit article les différents hôtels, le palais des congrès et les loisirs possibles.

Ci-dessous, voici un exemple d'article sur un hébergement du Pays de Fayence offrant la possibilité d'accueillir des entreprises. (Le Moulin de la Camandoule, sans date).

Figure 19 Des articles personnalisés pour la mise en avant des partenaires d'Estérel Côte d'Azur sur Facebook



***Le Moulin de la Camandoule – une réunion entre terre et mer***

*Cet hébergement est un lieu idéal pour des réunions de travail d'une journée. Ce moulin vous accueille dans une ambiance provençale et offre une grande salle pouvant recevoir 110 personnes.*

*Les +++ : Un cadre chaleureux au décor unique. Une situation centrale mais au calme.*

*Un accueil personnalisé faisant toute la différence.*

Source : Le Moulin de la Camandoule (sans date)

La création de cette page doit se faire de manière réfléchie et c'est la raison pour laquelle il peut être judicieux d'utiliser la page existante comme tremplin. Parmi les 10'000 fans, il est possible qu'il y ait des dirigeants ou cadres d'entreprises organisant des événements. De plus, une page Facebook doit avoir un contenu dynamique. Un article par semaine doit paraître afin de montrer que le Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur est actif sur internet.

L'utilisation des médias sociaux a l'avantage d'être réalisable facilement et à moindre coût. En effet, la création d'une page ne demande pas d'investissements conséquents, il s'agit simplement de collecter les informations nécessaires à la mise en place de la page et de nommer une personne responsable de la gestion du contenu.

Tableau 6 Récapitulation des avantages et des désavantages de l'utilisation de Facebook

| Les avantages de cette proposition | Les inconvénients de cette proposition |
|------------------------------------|--|
| Mise en place peu coûteuse         | Beaucoup de concurrence sur le web     |
| Mise en place facile               | Trouver du contenu chaque semaine      |
| Accessible à tous                  | Se démarquer par un contenu original   |

Source : Données de l'auteur (2014)

Ci-dessous, voici le modèle d'une page Facebook pour la destination Événements de Saint-Raphaël. Le premier regard est primordial, c'est pourquoi le congressiste doit tout de suite savoir sur quel type de page il se trouve.

Figure 20 Proposition d'une page Facebook dédiée au tourisme d'affaires pour le territoire de Saint-Raphaël



Source : Données de l'auteur (2014)

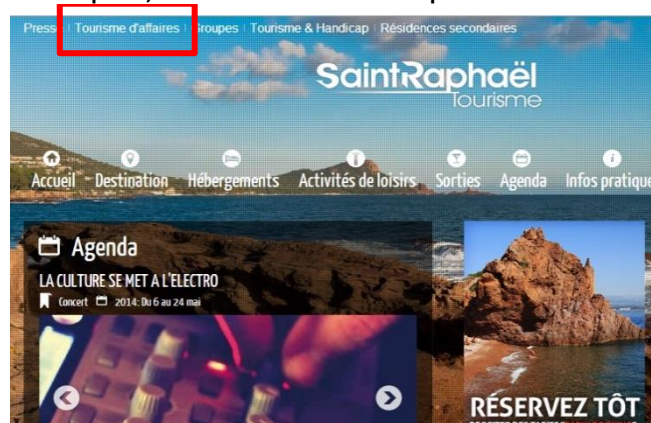
### 3.5. Mettre en avant le tourisme d'affaires sur tous les sites des offices du tourisme du territoire et sur celui de la centrale

Le tourisme d'affaires souffre d'un manque de visibilité sur les différents sites des 14 offices du tourisme composant le territoire Estérel Côte d'Azur. Lorsqu'un visiteur arrive sur le site internet de l'office du tourisme de Saint-Raphaël, l'onglet « tourisme d'affaires » n'est pas assez visible. Ce point est d'autant plus négatif que le site internet du site de l'office du tourisme de Saint-Raphaël a été créé intelligemment. En effet, toutes les informations relatives au tourisme balnéaire sont complètes et faciles à trouver. Il serait donc tout à fait possible de mettre en évidence le segment du tourisme d'affaires.



Ci-dessous, les pages d'accueil des sites internet des offices du tourisme sont présentées de manière à montrer les améliorations possibles à réaliser afin de mettre le tourisme plus en évidence.

**Figure 21** Page d'accueil du site de l'Office du Tourisme de Saint-Raphaël, le tourisme d'affaires n'est pas mis en avant



Source : Office de Tourisme Saint-Raphaël (2014)

Le site de l'office du tourisme de Saint-Raphaël a été réalisé de manière intelligente et efficace. En effet, toutes les informations relatives au tourisme dit de loisirs sont présentées de manière complète et sont facilement accessibles pour la personne visitant le site internet. Un bémol réside tout de même dans la mise en valeur du tourisme d'affaires à

Saint-Raphaël. En effet, lorsqu'un visiteur arrive sur la page d'accueil, il ne voit pas tout de suite l'onglet « Tourisme d'affaires » en haut de la page. L'écriture blanche et fine reste discrète, certainement trop discrète pour attirer l'œil d'une potentielle entreprise organisatrice d'événement. Le principal but du tourisme d'affaires pour une destination balnéaire et ses prestataires touristiques est de réduire la forte saisonnalité en attirant par exemple des congrès ou encore des incentives.

Pour cela, l'idée est de mettre en avant la destination de Saint-Raphaël comme étant une destination idéale au tourisme d'affaires. Ce sujet doit être mis au premier plan sur le site internet durant les mois de l'année où le tourisme balnéaire n'est pas présent, c'est-à-dire d'octobre à mai. Durant cette longue période, il est essentiel de tirer profit de tous les avantages qu'offre la région de l'Est Varois.

**Figure 22** Pays de Fayence, le tourisme d'affaires est inexistant

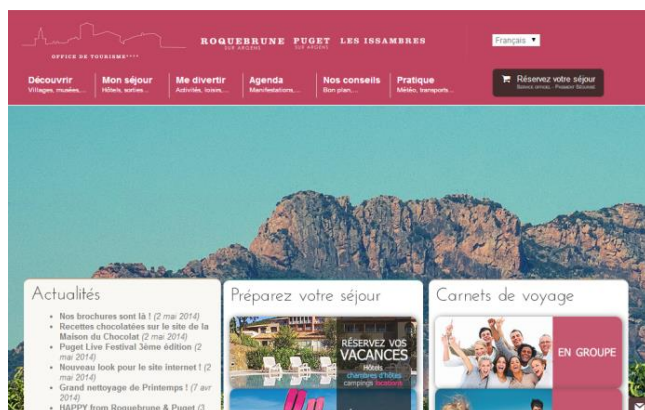


Source : Office de Tourisme Pays de Fayence (2014)

Le site internet du Pays de Fayence n'a pour ainsi dire, aucune stratégie tournée vers le tourisme d'affaires. En effet, le site internet est exclusivement réservé au tourisme de loisirs. Ceci est un réel point négatif en sachant ce que le Pays de Fayence peut offrir pour des entreprises

organisant des séminaires de petite importance ou des incentives. En effet, le Pays de Fayence est riche de par son patrimoine naturel et à son charme atypique.

**Figure 23 Tourisme à Roquebrune: axé sur les groupes mais pas le tourisme d'affaires**



Source : Office de Tourisme Pays de Fayence (2014)

organiser une journée Team Building. La région de Roquebrune se prête particulièrement aux incentives du fait de sa situation et de son offre en matière d'activité ou encore de ressources naturelles.

Après avoir mentionné les points positifs et les points plus négatifs des différents sites internet des offices du tourisme, la proposition d'amélioration est la suivante : étant donné que les 14 offices du tourisme travaillent pour le même territoire et que les réservations sont centralisées au pôle touristique, une identité doit être créée de manière à mettre en avant toutes les possibilités offertes pour les entreprises, que ce soit de séminaires, de congrès, de salons ou encore d'incentives. Une identité doit être claire et reconnaissable. Chaque site internet devrait ainsi présenter la même structure dans le but de guider le client potentiel tout au long de sa visite sur ledit site.

Pour ce faire, le site [www.esterel-cotedazur.com](http://www.esterel-cotedazur.com) doit servir de plateforme pour tous les offices du tourisme en matière de tourisme d'affaires.

Pour l'instant, la rubrique du tourisme d'affaires sur ce site est maigre et ne contient que très peu d'informations. Pourtant, le segment du tourisme d'affaires, comme vu dans les pages précédentes, représente un secteur très intéressant d'un point de vue économique. Un investissement dans une communication claire et une identité définie pour tous les offices du tourisme du territoire Estérel Côte d'Azur semble être non négligeable, étant donné les retombées économiques que ce tourisme génère. De plus, le territoire peut se

profiler sur plusieurs types d'événements professionnels grâce à une région aussi riche que variée. L'offre pour le tourisme d'affaires dans le Pays de Fayence sera plus dédié aux séjours ou sorties relatifs au patrimoine et au terroir. À Saint-Raphaël, l'offre sera axée sur le palais des congrès et les salles de conférences existantes dans les hôtels ainsi que sur la destination balnéaire et le nombre important d'activités réalisables à portée de main.

### **3.6. Inviter les médias de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et présenter les services d'Estérel Côte d'Azur et du palais des congrès**

Lors de l'entretien réalisé avec Pascale Gauthier, responsable du bureau des congrès, il en est ressorti que les médias ne s'intéressaient pas aux événements professionnels ou autres qui ont lieu au sein du palais des congrès de Saint-Raphaël. En effet, l'Agence Spatiale Européenne a organisé à plusieurs reprises un congrès à Saint-Raphaël mais aucun média n'a jugé nécessaire de parler de cet événement. Pascale Gauthier trouve cela d'autant plus décevant, car le bureau des congrès ne manque pas d'envoyer des communiqués de presse lors de l'organisation de congrès importants. (Gauthier, 2014).

La communication est un point à ne pas négliger autant pour une destination que pour les services qui sont offerts. Pour réussir à intéresser la cible choisie, c'est-à-dire les médias, il faut préparer son plan de communication. Selon l'ouvrage de Bernard Jézéquel et Philippe Gérard, il faut distinguer trois niveaux d'objectifs qui sont des objectifs cognitifs, affectifs et comportementaux. (Jézéquel & Gérard, 2012, p. 24). Les objectifs cognitifs ont pour mission de renseigner la cible visée en amenant des informations nouvelles et inédites. Les objectifs affectifs, quant à eux, ont pour objectif de susciter de l'intérêt chez le journaliste. Enfin, les objectifs comportementaux visent à faire agir, c'est-à-dire de faire écrire et faire paraître un article dans un média.

Le site internet [dossiersdepresse-paca.com](http://dossiersdepresse-paca.com) recense une liste des différents médias que ce soient des journaux, la télévision, la radio ou encore internet. Pour exemple, une recherche ciblée a été effectuée afin de ressortir les médias qui pourraient être approchés par le pôle touristique et le palais des congrès de Saint-Raphaël. La recherche s'est concentrée sur les journaux à couverture nationale dans le domaine du tourisme et du voyage. (Dossiersdepresse-paca.com, 2014). Cette recherche a fait ressortir 28 journaux différents



présents dans les différentes régions de France qui peuvent être des contacts intéressants autant pour le pôle touristique que pour le palais des congrès.

Parmi les 28 journaux recensés, voici un panel des journaux qui pourraient trouver intéressant de présenter la destination de Saint-Raphaël et les services offerts par le pôle touristique.

Tableau 7 Trois idées de magazines pour présenter le patrimoine de la région Estérel Côte d'Azur

| Nom du journal ou du magazine | Type d'informations dans le journal ou le magazine  |
|-------------------------------|---|
| <b>Détours en France</b>      | Il s'agit d'un magazine mensuel qui a pour but « d'explorer les régions de notre pays en amoureux curieux du patrimoine. » <sup>a</sup>   |
| <b>Randosbalades</b>          | Il s'agit d'un magazine bi-mensuel qui présente des régions où il y a des idées de randonnées originales. Saint-Raphaël et le massif de l'Estérel pourraient tirer profit d'un bel article présentant la région riche en possibilités de randonnées. <sup>b</sup> |
| <b>Geo</b>                    | Le magazine Geo est un mensuel qui a pour but de faire découvrir le monde. Sur le site internet du magazine, il est possible de faire un reportage sur un voyage de rêve vécu. <sup>c</sup>   |

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

- a) Uni éditions (2014)
- b) Randosbalade (2014)
- c) Geo magazine (2014)

L'une des principales missions du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur est la promotion du territoire Estérel Côte d'Azur regroupant les villes du littoral, c'est-à-dire Saint-Raphaël et Fréjus mais également les villages perchés du Pays de Fayence. Le magazine Détours en France semble être le magazine idéal pour présenter la région de Saint-Raphaël. Ce magazine se concentre sur les régions françaises et leur patrimoine. La région de Saint-Raphaël a toutes les clés en main pour présenter une région où le patrimoine et le terroir

sont riches et originaux. La proposition est de faire découvrir la région dans un petit reportage sous la forme d'un week-end idéal à Saint-Raphaël. Le premier jour serait dédié à Saint-Raphaël et au centre-ville historique de Fréjus qui regorge d'informations intéressantes. Le deuxième jour du reportage serait axé sur les villages du Pays de Fayence comme par exemple l'un des plus beaux villages de France qui est Seillans ou encore le magnifique lac de Saint-Cassien. L'objectif recherché est affectif. En effet, le but est de toucher et d'émouvoir la rédaction du magazine afin qu'ils aient envie de mettre en valeur la région Estérel Côte d'Azur à travers un reportage.

Pour le palais des congrès, le but est bien entendu de mettre la destination en avant mais également de vendre les infrastructures dont dispose le palais des congrès. Pour cela, il peut être judicieux de présenter les congrès qui ont été réalisés durant l'année comprenant également les avis de l'entreprise organisatrice. Pascale Gauthier a déjà essayé de présenter le congrès de l'Agence Spatiale Européenne au journal Nice Matin, mais le journal n'a pas jugé nécessaire de parler de ce congrès. Pourtant ce dernier rassemble des chercheurs du monde entier qui œuvrent dans le domaine de la technologie spatiale. Étant donné que cela n'a pas fonctionné avec le journal Nice Matin, la proposition serait de contacter le journal distribué à Saint-Raphaël, c'est-à-dire, Var Matin qui lui, serait plus à même de présenter les congrès ayant lieu à Saint-Raphaël même.

## Conclusion

Le tourisme d'affaires est l'une des nouvelles tendances actuelles aussi bien dans les grandes villes de France comme Paris et Lyon mais également dans les plus petites destinations notamment comme Saint-Raphaël. La construction du palais des congrès à la fin des années 1980 a été un investissement rentable pour la ville de Saint-Raphaël. En effet, le palais des congrès répond particulièrement bien aux demandes de petits congrès ou petits séminaires puisqu'il présente un excellent taux d'occupation de plus de 70% par année. Le point noir de ce travail démontre que les réservations effectuées via la centrale de réservation ont tendance à diminuer fortement, ceci étant dû aux concurrents présents sur internet. Le pôle touristique peut se démarquer en mettant les hébergements sortant de l'ordinaire, étant donné que la tendance actuelle est d'organiser un événement dans un endroit original et inédit. Le territoire de Saint-Raphaël compte un nombre important de structures originales qui pourraient se placer comme de véritables atouts au niveau du tourisme d'accueil, notamment les campings de grands standing, les domaines viticoles ou encore les villages de vacances.

En ce début d'année, le pôle touristique a investi énormément de temps dans la promotion des sorties et séjours pour les groupes en éditant la nouvelle brochure consacrée à ce type de tourisme. Le tourisme d'affaires étant également un segment porteur d'affaires, il est nécessaire d'en faire la promotion en mettant en avant toutes les structures d'accueil existantes, les activités réalisables sur le territoire et le patrimoine riche de la région de Saint-Raphaël et du Pays de Fayence. De plus, afin d'augmenter à nouveau les réservations faites via la centrale de réservation, le service gratuit doit être mis en avant impérativement lorsque les congrès se réalisent à Saint-Raphaël.

Malgré ces recommandations, le pôle touristique doit faire des choix concernant les propositions à mettre en place étant donné que le budget dont il dispose est relativement faible. Les propositions mentionnées dans le troisième chapitre de ce travail sont des idées qui devront être adaptées en fonction du budget total alloué au segment du tourisme d'affaires.

## Références

- Atout France. (2007). *Patrimoine et cultures*. Récupéré sur Atout France: <http://www.atout-france.fr/thematiques-produits/patrimoine-cultures>
- Atout France. (2011). Dossier de presse Club Français du Tourisme d'Affaires Réceptif., (p. 3).
- Atout France. (2011). Dossier de Presse Club Français du Tourisme d'Affaires Réceptif. (p. 2). CFTAR.
- Atout France. (2014). *L'industrie des rencontres et événements professionnels*. Récupéré sur Atout France: <http://www.atout-france.fr/tourisme-affaires>
- Boussion, N. (2013). *Image de marque*. Récupéré sur Marque.proactive-list: <http://www.marque.proactive-list.fr/>
- Coach Omnium. (2013). *Étude Tourisme d'Affaires*. Récupéré sur Coach Omnium: <http://www.coachomnium.com/component/content/article/40-bonus/80-etude-tourisme-daffaires.html>
- Coach Omnium. (2014). *Etude Tourisme d'Affaires*. Récupéré sur Coach Omnium: <http://www.coachomnium.com/component/content/article/40-bonus/80-etude-tourisme-daffaires.html>
- Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services. (2013). *Mémento du tourisme*. Ivry-sur-Seine.
- Dossiersdepresse-paca.com. (2014). *Liste des médias référencés*. Récupéré sur Dossiersdepresse-paca.com: [http://www.dossiersdepresse-paca.com/liste\\_redactions.htm](http://www.dossiersdepresse-paca.com/liste_redactions.htm)
- emarketinglicious. (2014). *Comment créer une page Facebook en 8 étapes*. Récupéré sur [emarketinglicious.fr](http://www.emarketinglicious.fr/social-media/comment-cree-une-page-facebook-en-8-etapes): <http://www.emarketinglicious.fr/social-media/comment-cree-une-page-facebook-en-8-etapes>
- Gauthier, P. (2014, 06 17). Responsable du bureau des congrès de Saint-Raphaël. (L. Saucy, Intervieweur)

HR infos. (2014). *Coach Omnium scrute la demande - HR infos*. Récupéré sur HR infos: <http://www.hr-infos.fr/actualite/marche/etude/re-conquerir-clientele-mice-est-possible-recommande.html>

Internationale Schule für Touristik Zürich. (2005). *Voyages incentive - les objectifs*. Récupéré sur eit-lausanne.ch: [http://www.eit-lausanne.ch/fr/assets/File/CI\\_AV\\_54\\_Incentive\\_f\\_2014.pdf](http://www.eit-lausanne.ch/fr/assets/File/CI_AV_54_Incentive_f_2014.pdf)

Jézéquel, B., & Gérard, P. (2012, p. 24). *La boîte à outils du responsable communication* (p. 24). Paris: Dunod.

Le Moulin de la Camandoule. (sans date). *Séminaire Fayence - organisation de séminaire et événement Var 83*. Récupéré sur Le Moulin de la Camandole: <http://www.camandoule.com/fr/seminaires>

MICEfinder.com. (s.d.). *Le portail mondial du tourisme d'affaires: lexique*. Récupéré sur MICEfinder.com: <http://www.micefinder.com/glossaire.html>

Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. (2014). Bilan des nuitées du tourisme d'affaires 2013.

Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. (2014). *Initiation au Fly Board 15 minutes*. Récupéré sur Côte d'Azur Réservation: <http://www.cotedazur-reservation.com/fr/frejus/initiation-au-fly-board-15-min-avec-briefing-3782.html>

Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur. (2014). *Pass Côte d'Azur Card*. Récupéré sur Côte d'Azur Réservation: <http://www.cotedazur-reservation.com/fr/cotedazur-card-pass-3-6-jours.html>

Provence Côte d'Azur Events. (2009). *Enquête dépense des congressiste*. Récupéré sur Provence Côte d'Azur Events: <http://provincencotedazurevents.com/enquete-depense-des-congressistes>

Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme. (2012). *Tourisme d'affaires - Site d'information des pros du Tourisme*. Récupéré sur Site d'information des pros du Tourisme: <http://www.infotourismepaca.fr/tendances-et-chiffres-cles/offre/tourisme-daffaires/>

Rogers, T. (2013,). *Conferences and Conventions - A global industry* (p. 26). Oxon: Routledge.

Tourisme en France. (2014). *Les plus beaux sites à découvrir - Var*. Récupéré sur Tourisme en France: <http://www.tourisme-en-france.com/fr/tourisme-france/incontournables-must-a-voir-a-ne-pas-manquer-plus-beaux-sites-departement-var/60?page=5>

Tourmag.com. (2012). *CWT constate un boom des incentives chez les entreprises*. Récupéré sur Tourmag.com: [http://www.tourmag.com/CWT-constate-un-boom-des-incentives-chez-les-entreprises\\_a55490.html](http://www.tourmag.com/CWT-constate-un-boom-des-incentives-chez-les-entreprises_a55490.html)

Var Tourisme. (2010-2011). La clientèle touristique du Var.

## Annexes

### Annexe I Les statistiques du tourisme d'affaires en France en 2012

Tableau 8 État du tourisme d'affaires en France, une timide reprise en 2012

#### Les déplacements touristiques des Français

##### Voyages pour motifs professionnels : nombre de voyages et de nuitées, durée moyenne de voyage

Selon la durée et la destination

|  | Nombre de voyages (en milliers) |               |               |               |               | Nombre de nuitées (en milliers) |               |               |               |               | Durée moyenne de voyage (en nuitées) |            |            |            |            |
|--|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
|  | 2008                            | 2009          | 2010          | 2011          | 2012          | 2008                            | 2009          | 2010          | 2011          | 2012          | 2008                                 | 2009       | 2010       | 2011       | 2012       |
| <b>Ensemble des voyages professionnels</b> | <b>23 750</b>                   | <b>24 920</b> | <b>21 628</b> | <b>21 331</b> | <b>21 842</b> | <b>92 268</b>                   | <b>93 988</b> | <b>81 896</b> | <b>77 788</b> | <b>77 020</b> | <b>3,9</b>                           | <b>3,8</b> | <b>3,8</b> | <b>3,6</b> | <b>3,5</b> |
| dont                                       |                                 |               |               |               |               |                                 |               |               |               |               |                                      |            |            |            |            |
| France métropolitaine                      | 19 324                          | 21 061        | 18 196        | 18 303        | 18 805        | 64 897                          | 72 461        | 62 191        | 62 902        | 60 435        | 3,4                                  | 3,4        | 3,4        | 3,4        | 3,2        |
| Étranger + DOM                             | 4 426                           | 3 859         | 3 432         | 3 027         | 3 038         | 27 370                          | 21 527        | 19 706        | 14 886        | 16 585        | 6,2                                  | 5,6        | 5,7        | 4,9        | 5,5        |
| <b>Courts voyages (1 à 3 nuitées)</b>      | <b>16 882</b>                   | <b>16 839</b> | <b>14 760</b> | <b>14 419</b> | <b>14 928</b> | <b>28 832</b>                   | <b>29 001</b> | <b>25 304</b> | <b>24 557</b> | <b>25 239</b> | <b>1,7</b>                           | <b>1,7</b> | <b>1,7</b> | <b>1,7</b> | <b>1,7</b> |
| dont                                       |                                 |               |               |               |               |                                 |               |               |               |               |                                      |            |            |            |            |
| France métropolitaine                      | 14 064                          | 14 609        | 12 910        | 12 606        | 13 196        | 23 444                          | 24 893        | 22 041        | 21 412        | 22 040        | 1,7                                  | 1,7        | 1,7        | 1,7        | 1,7        |
| Étranger + DOM                             | 2 818                           | 2 231         | 1 850         | 1 813         | 1 732         | 5 388                           | 4 108         | 3 263         | 3 145         | 3 199         | 1,9                                  | 1,8        | 1,8        | 1,7        | 1,8        |
| <b>Longs voyages (au moins 4 nuitées)</b>  | <b>6 869</b>                    | <b>8 081</b>  | <b>6 868</b>  | <b>6 912</b>  | <b>6 914</b>  | <b>63 436</b>                   | <b>64 986</b> | <b>56 592</b> | <b>53 211</b> | <b>51 781</b> | <b>9,2</b>                           | <b>8,0</b> | <b>8,2</b> | <b>7,7</b> | <b>7,5</b> |
| dont                                       |                                 |               |               |               |               |                                 |               |               |               |               |                                      |            |            |            |            |
| France métropolitaine                      | 5 260                           | 6 452         | 5 286         | 5 697         | 5 608         | 41 453                          | 47 568        | 40 150        | 41 491        | 38 395        | 7,9                                  | 7,4        | 7,6        | 7,3        | 6,8        |
| Étranger + DOM                             | 1 609                           | 1 628         | 1 582         | 1 215         | 1 306         | 21 983                          | 17 418        | 16 443        | 11 721        | 13 386        | 13,7                                 | 10,7       | 10,4       | 9,7        | 10,3       |

Source : DGCIS, mémento du tourisme (2013)

Tableau 9 La répartition des nuitées et des séjours selon les mois de l'année

#### 5 Les déplacements touristiques des Français

##### Voyages pour motifs professionnels : nombre de voyages et de nuitées, durée moyenne de voyage

Selon la destination et le mois de retour en 2012

|              | Nombre de voyages (en milliers) |                              |                     | Nombre de nuitées (en milliers) |                              |                     | Durée moyenne de voyage (en nuitées) |                              |                     |
|--------------|---------------------------------|------------------------------|---------------------|---------------------------------|------------------------------|---------------------|--------------------------------------|------------------------------|---------------------|
|              | En France métropolitaine        | À l'étranger et dans les DOM | Toutes destinations | En France métropolitaine        | À l'étranger et dans les DOM | Toutes destinations | En France métropolitaine             | À l'étranger et dans les DOM | Toutes destinations |
| Janvier      | 1 986                           | 287                          | 2 273               | 5 526                           | 1 622                        | 7 148               | 2,8                                  | 5,7                          | 3,1                 |
| Février      | 1 407                           | 282                          | 1 690               | 3 852                           | 941                          | 4 793               | 2,7                                  | 3,3                          | 2,8                 |
| Mars         | 1 745                           | 274                          | 2 019               | 4 941                           | 1 245                        | 6 185               | 2,8                                  | 4,5                          | 3,1                 |
| Avril        | 1 740                           | 254                          | 1 994               | 5 364                           | 1 390                        | 6 753               | 3,1                                  | 5,5                          | 3,4                 |
| Mai          | 1 600                           | 407                          | 2 007               | 4 598                           | 2 389                        | 6 987               | 2,9                                  | 5,9                          | 3,5                 |
| Juin         | 1 882                           | 218                          | 2 100               | 5 528                           | 1 732                        | 7 260               | 2,9                                  | 7,9                          | 3,5                 |
| Juillet      | 1 379                           | 172                          | 1 551               | 6 192                           | 1 275                        | 7 467               | 4,5                                  | 7,4                          | 4,8                 |
| Août         | 882                             | 117                          | 999                 | 6 873                           | 763                          | 7 636               | 7,8                                  | 6,5                          | 7,6                 |
| Septembre    | 1 596                           | 235                          | 1 830               | 4 850                           | 1 588                        | 6 437               | 3,0                                  | 6,8                          | 3,5                 |
| Octobre      | 1 844                           | 313                          | 2 157               | 5 167                           | 1 338                        | 6 505               | 2,8                                  | 4,3                          | 3,0                 |
| Novembre     | 1 599                           | 291                          | 1 890               | 4 396                           | 1 489                        | 5 886               | 2,7                                  | 5,1                          | 3,1                 |
| Décembre     | 1 145                           | 188                          | 1 333               | 3 148                           | 814                          | 3 962               | 2,8                                  | 4,3                          | 3,0                 |
| <b>Total</b> | <b>18 805</b>                   | <b>3 038</b>                 | <b>21 842</b>       | <b>60 435</b>                   | <b>16 585</b>                | <b>77 020</b>       | <b>3,2</b>                           | <b>5,5</b>                   | <b>3,5</b>          |

Source : DGCIS, mémento du tourisme (2013)

Tableau 10 Présentation des régions françaises les plus attractives pour des excursions professionnelles

## Les déplacements touristiques des Français 5

## Les excursions à la journée par motif (personnel, professionnel)

Selon la destination en 2012

| En milliers                        |               |                                   |                 |                     | En milliers           |               |                                   |                 |                     |
|------------------------------------|---------------|-----------------------------------|-----------------|---------------------|-----------------------|---------------|-----------------------------------|-----------------|---------------------|
| Destination                        | Total         | Répartition des excursions (en %) | Motif personnel | Motif professionnel | Destination           | Total         | Répartition des excursions (en %) | Motif personnel | Motif professionnel |
| Alsace                             | 2 228         | 3,0                               | 947             | 1 281               | Belgique              | 1 263         | 1,7                               | 865             | 398                 |
| Aquitaine                          | 3 770         | 5,1                               | 2 529           | 1 241               | Allemagne             | 619           | 0,8                               | 435             | 185                 |
| Auvergne                           | 2 002         | 2,7                               | 1 443           | 559                 | Espagne               | 599           | 0,8                               | 549             | 49                  |
| Bourgogne                          | 2 229         | 3,0                               | 1 321           | 908                 | Suisse                | 462           | 0,6                               | 264             | 198                 |
| Bretagne                           | 3 771         | 5,1                               | 1 984           | 1 786               | Luxembourg            | 439           | 0,6                               | 173             | 266                 |
| Centre                             | 3 353         | 4,5                               | 2 221           | 1 132               | Italie                | 246           | 0,3                               | 206             | 40                  |
| Champagne-Ardenne                  | 2 144         | 2,9                               | 1 421           | 723                 | Grande-Bretagne       | 218           | 0,3                               | 83              | 135                 |
| Franche-Comté                      | 1 094         | 1,5                               | 669             | 425                 | Andorre               | 261           | 0,4                               | 245             | 17                  |
| Île-de-France                      | 10 084        | 13,5                              | 4 199           | 5 885               | Autres pays           | 218           | 0,3                               | 60              | 157                 |
| Languedoc-Roussillon               | 3 232         | 4,3                               | 1 875           | 1 358               | <b>Total étranger</b> | <b>4 325</b>  | <b>5,8</b>                        | <b>2 880</b>    | <b>1 445</b>        |
| Limousin                           | 745           | 1,0                               | 499             | 246                 |                       |               |                                   |                 |                     |
| Lorraine                           | 2 539         | 3,4                               | 1 572           | 967                 | <b>Total</b>          | <b>74 533</b> | <b>100,0</b>                      | <b>42 834</b>   | <b>31 698</b>       |
| Midi-Pyrénées                      | 4 343         | 5,8                               | 2 327           | 2 016               |                       |               |                                   |                 |                     |
| Nord - Pas-de-Calais               | 3 936         | 5,3                               | 2 067           | 1 869               |                       |               |                                   |                 |                     |
| Basse-Normandie                    | 2 154         | 2,9                               | 1 391           | 763                 |                       |               |                                   |                 |                     |
| Haute-Normandie                    | 1 934         | 2,6                               | 1 209           | 725                 |                       |               |                                   |                 |                     |
| Pays de la Loire                   | 4 210         | 5,6                               | 2 531           | 1 679               |                       |               |                                   |                 |                     |
| Picardie                           | 2 200         | 3,0                               | 1 522           | 677                 |                       |               |                                   |                 |                     |
| Poitou-Charentes                   | 2 123         | 2,8                               | 1 390           | 734                 |                       |               |                                   |                 |                     |
| Provence - Alpes - Côte d'Azur     | 4 564         | 6,1                               | 2 831           | 1 733               |                       |               |                                   |                 |                     |
| Rhône-Alpes                        | 7 550         | 10,1                              | 4 003           | 3 546               |                       |               |                                   |                 |                     |
| <b>Total France métropolitaine</b> | <b>70 208</b> | <b>94,2</b>                       | <b>39 954</b>   | <b>30 254</b>       |                       |               |                                   |                 |                     |

Source : DGCIS, mémento du tourisme (2013)



## Annexe II : Liste des adhérents au Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur

Tableau 11 Liste de tous les adhérents en hébergements du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur

| SAINT RAPHAËL             |                                       |  |
|---------------------------|---------------------------------------|--|
| ADHERENTS                 | TELEPHONE                             | CONTACT  |
| HOTELS                    |                                       |  |
| centre ville              |                                       |  |
| CONTINENTAL 4*            | 0494838787 / 0622458748/0618912096    | Britt / Marlène / Romain-Jean GROLLEAU, Dir          |
| EXCELSIOR 3*              | 04 94 95 02 42                        | Carine / Sunny / Elodie                              |
| DE FLORE 3*               | 04 94 95 90 00                        | Cendrène / Sophie                                    |
| SUN HOTEL                 | 04 94 95 38 91 (privé 06 42 61 51 76) | Sylvain BARBUI                                       |
| NOUVEL HOTEL 2*           | 04 94 95 23 30                        | Mme et M. CHAMBELLANT                                |
| LES PYRAMIDES 2*          | 04 98 11 10 10                        | Alain Louis / Bruno                                  |
| LE PROVENÇAL 2*           | 04 98 11 80 00                        | Carole / Malena / Pierre-Dir: Mme LEGRAND            |
| BEAUSEJOUR 3*             | 04 94 95 03 75 / 06 14 30 68 22       | Pascal / Mila / Alice / catherina                    |
| LE PRADO DE SAINT RAPH 2* | 04 94 95 06 34 / 06 25 64 37 12       | Valérie & Gérard DELPRADO                            |
| Le 21 2**                 | 04 94 19 21 21                        | Britt / Giwadys / Benjamin-Jean GROLLEAU, Dir        |
| HOTEL DU VIEUX PORT 3*    | 04 94 95 23 12 (privé 06 80 00 49 48) | François CIMINO                                      |
| Valescure                 |                                       |  |
| GOLF HTL VALESCURE BW 4*  | 0494528500/0624723755 Delphine        | Géraldine (perso 0677644117)                         |
| MERCURE ST RAPH VALESC 4* | 04 94 52 68 00                        | Aurélien / Tatjana                                   |
| SAN PEDRO 3* - site       | 04 94 19 90 20                        | Aurore / José / Léa-Dir: Guillaume RACINET           |
| ROMANTIK HTL CHENERAIE 3* | 04 94 44 48 84 / 51 21 71             | Julika SEHNAL ou Monika                              |
| Santa Lucia               |                                       |  |
| LA MARINA - BW 4*         | 04 94 95 31 31 106 ch                 | Christophe/Hekel/Romain/Sylvie/Ingrid (com)          |
| BRISE DE MER 4*           | 04 94 95 31 69                        | Abina / Mélanie - Dir: J-Louis CHASSEMENT            |
| SANTA LUCIA 3*            | 04 94 95 23 00 11                     | Pascal / Nathalie - Dir: Mme CHIERICO                |
| Boulouris                 |                                       |  |
| LA VILLA MAURESQUE        | 04 94 83 02 42                        | Valérie RAYNAL / Catherine                           |
| LES AMANDIERS 2*          | 04 94 19 85 30 / 06 20 97 44 47       | Jean Rémy 0603250024 / Sandy                         |
| Les Plaines               |                                       |  |
| HOTEL DU SOLEIL 2*        | 04 94 83 10 00                        | Lena ANDERSSON                                       |
| LE THIMOTHEE 2* *         | 0494404949/0617983799/0632041022      | Valérie & Bruno BACCOFIN                             |
| Le Dramont                |                                       |  |
| LES ROCHES ROUGES 3*      | 04 94 95 18 88                        | Katell / Christophe SENOBLE 0623588977               |
| AUBERGE PROVENCALE 2*     | 04 94 82 02 29 / 06 88 56 90 81       | M. et Mme COLINET                                    |
| HOTEL DE LA PLAGE NC (2*) | 04 94 82 00 77 / 06 80 32 71 53       | PAQUET Dominique                                     |
| LE VIREVENT               | 04 94 82 01 29                        | Julie et Cédric CHAPUT                               |
| Agay                      |                                       |  |
| HOTEL DE L'ESTEREL 3*     | 04 94 82 51 00                        | Dir : Martine 06 87 81 64 67                         |
| LE LIDO 2*                | 04 94 82 01 59 - 06 34 69 02 25       | Marc OCARD   |
| ESTERELLA 2*              | 04 94 82 00 58                        | GIERDEN Wolfgang                                     |
| LE RELAIS D' AGAY 3*      | 04 94 82 78 20 / 06 12 89 66 38       | Robert & Martine GASNIER                             |
| Anthéor                   |                                       |  |
| LA CORNICHE D'ANTHEOR     | 04 94 44 86 52 / 09 66 90 86 52       | Marlyse ROHMER 0683593146                            |
| LES FLOTS BLEUS 2*        | 04 94 44 80 21                        | Carole VOLLANT                                       |
| RESIDENCES                |                                       |  |
| centre ville              |                                       |  |
| LES VENITIENNES           | 04 98 11 42 60 / 06 20 35 43 61       | LEAL Bernard   |
| PV PROM. DES BAINS 3*     | 04 94 95 74 36                        | Marlène 06 82 26 96 10 / Dorothee                    |
| LE MEDITERRANEE 2*        | 04 94 82 10 99                        | Nadine   |
| VILLA SOLEIL - groupe     | 04 90 51 11 15                        | Helena   |
| Boulouris                 |                                       |  |
| MEDITERRANEE PARADISE 3*  | 04 94 19 87 40 / 04 93 68 58 30       | Stéphane / M. CUCHE                                  |
| CLUB BELAMBRA             | 01 77 70 91 30 resa - 0494821800      | Centrale Paris: Audrey FRANCIGNY                     |
| CHENES VERTS              | Fax: 01 77 70 94 84                   | ref resa16 729P<br>sur place Joëlle SANSOT Dir. site |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>ODALYS "LES MIMOSAS"</b>  | 04 88 71 00 35<br>04 94 54 17 17 / 06 84 95 85 59 | Sylvie BERRIER (code83CDR)<br>Fax: 04 42 97 24 70 / 04 94 53 06 94 |
|  | <b>Agay</b>                                       |  |
| <b>CAP ESTEREL 3*</b>  | 04 94 82 50 00-13 / 58 77 groupe                  | Kim / Delphine - Catherine (groupe)                                |
| <b>AGATHOS 2*</b>  | 04 94 82 86 38                                    | Françoise / Véronique  |
| <b>ODALYS LE NAUTIC</b>  | 04 88 71 00 35 / 04 94 82 70 30                   | Sylvie BERRIER (code83CDR)   |
|  | <b>Valescure</b>                                  |  |
| <b>ATC</b>   | 04 94 83 67 96                                    | M. LECORVEC / Marie-Christine                                      |
| <b>LES GENEVRIERS 2*</b>   | 04 94 83 62 60 / 06 88 90 52 38                   | Hassene / Fatma  |
| <b>MAEVA VALESCURE 2*</b>  | 04 50 52 30 21 / F:04 50 45 81 06                 | ANNECY : Sandrine  |
| <b>LAGRANGE DOM. GRANDS PINS</b>                                       | 04 94 19 04 20 / 01 47 54 60 47                   | Emilie - Dir : Laurence Doumet                                     |
| <b>LES COLOMBES GRISES</b>   | 04 94 83 63 13                                    | Nicolas (résa) / Resp Ccle Julie PEAN (45)                         |
| <b>LOCATIONS</b>   |   |  |
| proche Centre ville  |   |  |
| <b>SCI MINIFLAT Florianes</b> Genêts                                   | 06 08 28 71 48 / (06 33 49 80 96)                 | Franck ou Gauthier PICQUART  |
| <b>VILLA ED'HEN</b> 2p4 proche IUT                                     | 04 94 83 74 33 / 06 17 85 68 95                   | Edwige LESCURE   |
| Boulouris  |   |  |
| <b>SINRAFA</b> - maison 8p + 3p6                                       | 06 16 49 35 29                                    | Chantal DEVILDER   |
| <b>VILLA HELIOS 5</b> -6 pax   | 06 09 48 16 08 / 06 25 19 71 62                   | Sébastien VOIRIOT  |
| <b>SCI MFKD</b> - villa piscine 10pax                                  | resa 06 12 93 30 64 / 06 22 65 44 55              | Michel Dahan   |
| Santa Lucia  |   |  |
| <b>LA VIGIE</b> - 2p 4pax / 3p 6pax                                    | 04 94 83 79 64 / 06 98 00 14 09                   | CACHEUX Isabelle   |
| Agay   |   |  |
| <b>LA CASA ROSA</b> - 2p 2pax  | 04 94 82 08 79 / 06 86 63 00 92                   | Marie Claude CARAVEL   |
| <b>SCORPIOS</b> - 3p 6 pax   | 06 08 73 37 89                                    | Mylène PINTO   |
| <b>CHAMBRES D' HÔTES</b>   |   |  |
| centre ville   |   |  |
| <b>COTE JARDIN</b>   | 04 89 99 40 80 / 06 64 78 20 50                   | CHEVALIER Alain  |
| entre centre ville / cerceron  |   |  |
| <b>LE CLOS DES VIGNES</b>  | 04 94 95 00 31 / 06 85 48 04 85                   | Mme VION VERENNES  |
| <b>LA BERGERIE DE VAULONGUE</b>  | 04 94 53 66 65 / 06 09 33 16 44                   | Elisabeth GAILLARD   |
| entre centre ville / Santa Lucia                                       |   |  |
| <b>HIRONDELLE BLANCHE</b>  | 04 98 11 84 03 / 06 23 83 85 05                   | Georges METHOUT  |
| Boulouris  |   |  |
| <b>LA POTINIERE</b>  | 04 94 83 84 29 / 06 77 07 69 03                   | HOTTE Benjamin / Sandra (0667827345)                               |
| Dramont  |   |  |
| <b>VILLA MELODIE</b>   | 04 94 82 06 65 / 06 79 59 42 60                   | Mme Francesca BARILLI  |
| <b>AGENCES IMMOBILIERES</b>  |   |  |
| Tous quartiers   |   |  |
| <b>MARCHE</b> - site   | 04 94 95 65 10                                    | Aurore 0660776021 / Gilbert 0676068999                             |
| <b>TEXIER GESTION</b> - site   | 04 94 19 83 83                                    | Simona/ Chantal 0685016504   |
| <b>ORSINI IMMOBILIER</b> - WR  | 04 94 44 26 04 / 06 81 07 69 99                   | Sandrine ORSINI  |
| Agay   |   |  |
| <b>BEST IMMOBILIER</b> -site   | 04 94 82 82 15/ 06 18 41 44 11                    | Marie Claude ou Sebastien BENOIST                                  |
| <b>AZZURA</b>  | 04 94 44 85 31/06 72 02 79 83                     | Pascal RAMPINO   |
| <b>CAMPINGS</b>  |   |  |
| <b>DOUCE QUIETUDE 4*</b>   | 04 94 44 30 00                                    | Franck DENIS/ Hélène/ Ingrid                                       |
| <b>ESTEREL CARAVANING 4*</b>   | 04 94 82 03 28                                    | Brigitte LAROCHE   |
| <b>LA VALLEE DU PARADIS 4*</b>   | 04 94 82 16 00                                    | Laurence   |
| <b>LOCATION DE LINGE</b>   |   |  |
| <b>AGAY PRESSING</b>   | 04 94 82 82 41                                    | André KAIFAS   |
| SOS WinResa: 04.79.25.19.19 / penser à faire un ticket (voir Dorothée) |   |  |



FREJUS

| HOTELS                         |  |  |
|--------------------------------|--|--|
| CENTRE VILLE                   |  |  |
| IBIS BUDGET 2* 6H30-11H/16-21H | 04 94 51 04 98                           | NAKACH David                               |
| ARENA 3*                       | 04 94 17 09 40                           | Romain / Dir: Solange GUGLIEMO             |
| LE FLORE 2*                    | Myriam FERNANDES dir Ccle: 0497061138/39 | Aurélie JUDET Ass Ccle                     |
|                                | 04 94 51 38 35                           | Catherine AMERI 0684889937                 |
| FREJUS PLAGE                   |  |  |
| LES PALMIERS 2*                | 04 94 51 18 72 / 06 16 99 67 03          | QUARTERONI Emmanuel                        |
| PORT FREJUS                    |  |  |
| VACANCIEL HTL CLUB             | 04 94 51 15 55 / resa 04 75 82 45 45     | Leila / Dir : Jocelyne CORDILLOT-BLAY      |
| MERCURE THALASSA 4*            | 04 94 52 55 00 - 56 61/ 44               | resp resa Caroline MICHON                  |
| OASIS 2*                       | 04 94 51 50 44                           | MAJOREL Muriel                             |
| ATOLL 2*                       | 04 94 51 53 77                           | SPECHT Gabriel                             |
| SABLE & SOLEIL 2*              | 04 94 51 08 70                           | RIDINGS Michel                             |
|                                |  | Sylvie REVET                               |
| BASE NATURE                    |  |  |
| KYRIAD                         | 04 94 52 89 89                           | RAGEUL Claudie & Eric                      |
| PUGET                          |  |  |
| B&B - NE SEULEMENT             | 0 892 788 041 / 0494529868               | Corinne / CARTIER Karine et Martin         |
| DOMAINE DU CAPITOU - AUTOROUTE |  |  |
| IBIS BUDGET 2*                 | 06 21 20 60 23 / 0892 683 175            | Camille /Carole RAVAUULT                   |
| BASTIDE DU CLOS DES ROSES      | 0494533231/ 0634171507/ 0640059793       | Mael veilleur nuit                         |
|                                |  | Laetitia / Adrian / Mélanie                |
| SAINT AYGULF - BORD DE MER     |  |  |
| CAP RIVIERA 3*                 | 04 94 81 21 42                           | NAUD Alain & Patrizia                      |
| L'ESCALE AU SOLEIL 2*          | 0494527147/0609052086/0634497327         | Luc BREBANT                                |
| HOTEL ST AYGULF 3*             | 04 94 52 74 84                           | Nadine LOMAN                               |
| ATHENA MOTEL 2*                | 04 94 81 21 15                           | Françoise DHUMES                           |
| LE CATALOGNE 3*                | 04 94 81 01 44                           | Sigrid / Vanda LUITEN 0616238374           |
| LES ADRETS                     |  |  |
| L'ESTIRADO 3*                  | 04 94 40 90 64                           | BOS amanda                                 |
| BAGNOLS EN FORET               |  |  |
| AU RELAIS PROVENÇAL            | 04 94 40 60 24                           | Christophe & Aurélie VANDERSTICHELEN       |
| TOUR DE MARE                   |  |  |
| LES 3 CHENES                   | 04 94 53 20 08                           | LAURENT Patrick (privé fils 0635337987)    |
| LE KANGOUROU - M VACANCES      | 04 68 37 67 38 / 04 94 53 21 69          | SENDRA Dalila                              |
| CHAMBRE D'HOTE                 |  |  |
| FREJUS PLAGE                   |  |  |
| MAISON SOLEIL BLEU             | 04 94 53 00 49                           | MIREUR Brigitte & Jean-Louis               |
| BASE NATURE                    |  |  |
| AUX AMANDIERS                  | 06 62 49 56 10 / 04 94 40 64 72          | Jocelyne BARBIER                           |
| ATRIUM AUGUSTA                 | 04 94 51 54 74 / 06 74 76 90 61          | HOFFMANN Catherine                         |
| TOUR DE MARE                   |  |  |
| VERGERS DE MONTUREY            | 04 94 40 85 76 / 06 23 21 06 85          | ARTAUD Gaëlle                              |
| LA BERGERIE DE STEPHVAL        | 06 11 54 53 57                           | Dominique JACOB                            |
| LES ADRETS DE L'ESTEREL        |  |  |
| LE MAS DE LA VERRERIE - 7 chb  | 06 33 20 48 86                           | Laurent & Vesna MILSZTAJN                  |
| RESIDENCES / LOCATIONS         |  |  |
| PORT FREJUS                    |  |  |
| CAP HERMES 4*                  | 04 94 82 69 00                           | Rocco / M-Françoise PORTMANN               |
| CAP SUD VAR - 3 pièces         | 06 19 03 41 44 / 04 89 20 28 66          | Patrick ROIZOT                             |
| VILLA ROMANA 4*                | 0450331096 centrale / 0456099898         | Marie BERTROU, Résa / Philippe GREGOIRE    |
| TOUR DE MARE                   |  |  |
| VILLA PALATINE - 3 chb 8 pers  | 04 94 81 58 25 / 06 72 55 14 98          | Florence BRET                              |
| EUROPA - villa 6 pers          | 04 94 53 20 38 / 06 17 27 75 72          | PONS Henriette                             |
| SAINT AYGULF                   |  |  |
| ODALYS LES EUCALYTUS           | 04 88 71 00 35                           | SylvieBERRIER (code 83CDR)                 |
| LAGRANGE GEMEUX & PANAMA       | 01 47 54 60 47                           | Nicolas (résa) / Resp Ccle Julie PEAN (45) |

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>DOMAINE DE VILLEPEY</b>             | resa 0183626607 Michèle LEMERLE                                     | Dir: GUILLEMIN Bernard<br>0494445025/0619921790                               |
| <b>CAP SUD VAR</b> - studio 3 à 6 pers | 06 19 03 41 44 / 04 89 20 28 66                                     | Patrick ROIZOT  |
| <b>AZUREVA</b>                         | <b>FREJUS - route des combattants</b><br>04 94 19 96 00             | Philippe SOUNAC   |
| <b>LAGRANGE LAGON BLEU</b>             | <b>FREJUS - les Arènes</b><br>04 94 53 87 08 / 01 47 54 60 47       | Nicolas (résa)<br>Resp Cde Christelle DORIS (45)                              |
| <b>CAMPINGS</b>                        |   |   |
|  | <b>FREJUS - route des combattants</b>                               |   |
| <b>HOLIDAY GREEN 5*</b>                | 04 94 19 88 30  | Dir : Daniel DAMIA  |
| <b>LA BAUME LA PALMERAIE 4*</b>        | 04 94 19 88 88  | Jocelyne LORENZO  |
| <b>LE FREJUS 3*</b>                    | 04 94 19 94 60  | Dir : Philippe PETTA VINO   |
| <b>CAP SUD VAR - mobilhome</b>         | 06 19 03 41 44 / 04 89 20 28 66                                     | Patrick ROIZOT  |
|  | <b>TOUR DE MARE</b>   |   |
| <b>LE KANGOUROU - M VACANCES</b>       | 04 68 37 67 38 / 04 94 53 21 69                                     | SENDRA Dalila   |
| <b>AGENCE IMMOBILIERE</b>              |   |   |
|  | <b>Fréjus plage / Port Fréjus</b>                                   |   |
| <b>IMMOVAC - site</b>                  | 04 94 17 30 47  | Kheira / Didier LEFEBVRE Directeur  |
| <b>FONCIA (Fréjus, St Raph) - site</b> | 04 94 44 26 15 / 06 07 62 81 82                                     | Valérie BORJON  |
| <b>HOME SUD IMMOBILIER - site</b>      | 0494 82 87 10 / 06 07 19 79 24                                      | Jean pierre NATAF   |
| <b>ORPI MEDITERRANEE - site</b>        | 04 94 51 80 40  | Stéphanie ou Françoise  |
| <b>OFFICE DE TOURISME</b>              |   |   |
| <b>FREJUS</b>                          | 04 94 51 83 83 - OT<br>04 94 52 79 75 - RESA<br>fax: 04 94 51 00 26 | Nathalie / Jacques / Dominique / Christine<br>Brigitte LASELVA 04 94 51 83 85 |
| <b>SAINT AYGULF</b>                    | 04 94 81 22 09  |   |
| <b>LES ADRETS</b>                      | 04 94 40 93 57  | Stéphane VALLINI  |
| <b>BAGNOLS EN FORET</b>                | 04 94 40 64 68  | Marie Laure   |



| ROQUEBRUNE - ISSAMBRES - BOUVERIE                 |  |  |
|---|--|--|
| HOTELS  |  |  |
| LES ISSAMBRES - BORD DE MER                       |  |  |
| LE PROVENCAL 3*                                   | 04 94 55 32 33   | SAUVAN Valérie   |
| LA CARAVELLE 3*                                   | 04 94 81 24 03   | Mme / M ANDUS  |
| LA QUIETUDE 2*                                    | 04 94 96 94 34   | BOUCHOULE Bruno  |
| LES CALANQUES 2*                                  | 04 98 11 36 36   | Laetitia COLANTOGNO / Laurence ROUSSEL                     |
| VACANCIEL HTL CLUB                                | 04 94 96 90 57 / 0 825 12 45 45                                  | Jean Noel LEGRAS   |
| B&B - NE SEULEMENT F1                             | 04 98 12 66 82 / 0892 70 75 62<br>0891 70 52 52 / 06 25 75 52 35 | Florian & Maria BARAGOIN<br>BRUBACH Rémi - Kwani           |
| ROQUEBRUNE  |  |  |
| VACANCIEL HTL CLUB                                | 04 94 19 78 00   | Chritsophe COMPAIN   |
| RESIDENCES - LOCATIONS                            |  |  |
| LES ISSAMBRES - pleine nature                     |  |  |
| PV RESORT LES ISSAMBRES                           | 04 94 55 37 70   | Dir : Muriel OGER  |
| LAGRANGE DOM. GAILLARDE                           | 01 47 54 60 47 / 04 94 81 15 99                                  | Nicolas (résa) / Resp Ccle Julie PEAN (45)                 |
| LAGRANGE GREEN BASTIDE                            | 01 47 54 60 47 / 04 98 11 04 05                                  | Nicolas (résa) / Resp Ccle Julie PEAN (45)                 |
| LES ISSAMBRES - bord de mer                       |  |  |
| CAP SUD VAR - appt 5/8 pers                       | 06 19 03 41 44 / 04 89 20 28 66                                  | Patrick ROIZOT   |
| LES CALANQUES - P&V                               | 04 94 55 88 00   | Dir : Muriel OGER  |
| LE HAMEAU - P&V                                   | 04 94 55 33 00   | Dir : Muriel OGER  |
| LES RIVAGES - P&V                                 | 04 94 55 35 00   | Dir : Muriel OGER  |
| VILLAGE VAC TOURISTRA, LA GAILLARDE               | 04 94 49 51 35 / 06 78 91 62 05                                  | Fatima OKNOUZE, resp HBG & Amelle<br>Dir : Frank TERRANOVA |
| BOUVERIE  |  |  |
| RENOUVEAU VACANCES 3*                             | 04 94 19 61 61 / 06 31 87 92 37                                  | PERROCHON Samuel Resp resa                                 |
| LE VILLAGE AZUR - GOELIA                          | Resa: 01 60 76 59 06/19<br>0494812058 / 0607653747               | Cédric POUCEINEAU 06 74 67 16 63                           |
| ROQUEBRUNE - proche village                       |  |  |
| ODALYS PARASOLS D'ARGENS                          | 04 88 71 00 35 - 04 94 17 48 48                                  | Sylvie BERRIER (code 83CDR)                                |
| CHAMBRE & MAISON D'HOTES                          |  |  |
| LES ISSAMBRES - bord de mer                       |  |  |
| VILLA TRICOLI                                     | 04 94 49 65 32   | MERAT Joelle   |
| LES ISSAMBRES - proximité mer                     |  |  |
| CAP SAUVAGE                                       | 06 16 24 87 58   | LEMONE Henri   |
| VILLA LE SUD                                      | 06 20 66 74 47   | DEMARS Michèle   |
| VILLA SUISSE - chb 2/4 pers                       | 04 94 96 81 70   | GIAVARINI Marie-France                                     |
| ROQUEBRUNE - Village                              |  |  |
| LA BERGERIE DE ROQ.                               | 04 94 45 73 67 / 06 13 80 16 58                                  | Armand PETIT   |
| ROQUEBRUNE - pleine nature - quartier Le Blavet   |  |  |
| LES MAYOMBES chb+loc                              | 04 94 81 66 89 / 06 70 47 02 19 Caroline :<br>06 21 13 53 72     | Béatrice & Luc MESNIL (0670470219)                         |
| LE MAS DES LYS chb+loc                            | 06 16 40 16 16 / 04 94 45 73 96                                  | Nadine MEGRET  |
| ROQUEBRUNE- La Bouverie - pleine nature           |  |  |
| AU BOIS FLEURI                                    | tel/fax: 04 94 45 42 28 / 06 13 25 81 97                         | Mr et Mme REPAUX   |
| PUGET SUR ARGENS                                  |  |  |
| LE CLOS DES ESCAPADES                             | 04 94 45 89 88 / 06 25 67 44 22                                  | Thierry DAVENEL  |
| LE MAS DU BIJOU BLEU                              | 04 94 45 65 82 / 06 84 92 07 17                                  | Gaëlle BROCHET   |
| LE MAS DU CENTAURE                                | 04 94 81 58 25 / 06 72 55 14 98                                  | Florence BRET  |
| CAMPING   |  |  |
| ROQUEBRUNE - proximité village                    |  |  |
| LE MOULIN DES ISCLES***                           | 04 94 45 70 74   | Joelle & Rémi DUMARCET                                     |
| ROQUEBRUNE - proximité village - face lac l'Arena |  |  |
| LES PECHEURS****                                  | 04 94 45 71 25   | Véronique - Luc & Michel SIMONCINI                         |
| ROQUEBRUNE - entre mer et village                 |  |  |
| DE VAUDOIS***                                     | 04 94 81 37 70   | Philippe GONZALEZ  |
| PUGET   |  |  |
| LA BASTIANE****                                   | 04 94 555 594  | Thierry & Christophe DEFERT                                |
| AGENCE IMMOBILIERE                                |  |  |
| FONCIA (St Aygulf-Roq-Iss)-site                   | 04 94 52 74 44   | Francine CHORDA (à Ste Maxime)                             |
| DENEUVILLE - wr                                   | 04 94 55 13 90   | Monique DANI   |
| AZUR PAVILLON                                     | 04 98 12 20 65   | I.M SEGAAR- DE VOS Astrid                                  |
| OFFICE DE TOURISME                                |  |  |
| ROQUEBRUNE  | 04 94 19 89 89   | Véro / Fréd/Val/Emilie/Caro                                |
| ISSAMBRES - eca 0677871097                        | 0494196663/64 resa -F:0494496655                                 | Véro / Fréd/Val/Emilie/Caro                                |
| PUGET   | 04 94 81 40 79   | Claire   |

| PAYS DE FAYENCE                     |                                     |   |
|-------------------------------------|-------------------------------------|---|
| HOTELS                              |                                     |   |
| FAYENCE                             |                                     |   |
| LE MOULIN DE LA CAMANDOULE          | 04 94 76 00 84                      | TORREMOCHA Nicolas                        |
| LES OLIVIER*** - NE seulement       | 04 94 76 13 12                      | Hélène FERNANDES                          |
| CALLIAN                             |                                     |   |
| AUBERGE DES MOURGUES                | 04 94 76 53 99                      | MAQUAIRE Catherine                        |
| SEILLANS                            |                                     |   |
| HOTEL DES DEUX RÔCS                 | 04 94 76 87 32 / F : 04 94 76 88 68 | Melle Julie MALZAC                        |
| MONTAUX                             |                                     |   |
| LE RELAIS DU LAC 2*                 | 04 94 76 43 65                      | Stéphane JACOB                            |
| TANNERON                            |                                     |   |
| HOST.CHAMPFAGOU - NE seulement      | 04 93 60 68 30                      | DUFONT Sophie                             |
| TOURETTES                           |                                     |   |
| AUBERGE DES PINS                    | 04 94 76 06 36 / 06 10 87 53 64     | Jérôme JACOB                              |
| TERRE BLANCHE HOTEL SPA GOLF        | 04 94 39 90 00 / 01 (Fax)           | Valérie DUHAMEL                           |
| RESIDENCES                          |                                     |   |
| FAYENCE                             |                                     |   |
| DOMAINE DE LA BEGUDE                | 04 94 39 09 60                      | TASSOU Gonzagues                          |
| LAGRANGE DOM. DE FAYENCE            | 01 47 54 60 47 / 0811 13 00 66      | Nicolas (résa) / Resp Cde Julie PEAN (45) |
| MONTAUX                             |                                     |   |
| LE CHAMP D' EYSSON                  | 04 94 85 70 00                      | SIMON Marie HELENE                        |
| LAGRANGE BASTIDES CHAUMETTES        | 01 47 54 60 47 / 04 94 50 14 80     | Nicolas (résa) / Resp Cde Julie PEAN (45) |
| TOURETTES                           |                                     |   |
| MMV - LES CLOS DE TOURETTES         | 0492126210/0494605900<br>0661364957 | resa Delphine GARCIN / Pauline sur place  |
| CALLIAN                             |                                     |   |
| MMV resort & spa 4*-Château Camiole | 04 92 12 62 10 / 04 94 60 59 00-01  | resa Delphine GARCIN / Pauline sur place  |
| LOCATIONS                           |                                     |   |
| FAYENCE                             |                                     |   |
| LES ARCARDES - studio & 2 pièces    | 04 94 39 97 66 / 06 09 60 31 00     | ARLOT Jean-Michel et Nicole               |
| CALLIAN                             |                                     |   |
| MAISON CALLIAN - BOTTERO            | 04 94 76 44 29                      | Raymonde BOTTERO                          |
| MONS                                |                                     |   |
| L'ABELANO - 3 pièces 4 pers         | 04 94 76 38 11 / 06 70 02 48 68     | PORTAZ Josselyne                          |
| LA REBELADO - 3 pièces 4 pers       | 04 94 76 38 11 / 06 70 02 48 68     | PORTAZ Josselyne                          |
| POULEGLISO et LES GAUDS gîtes       | 04 94 76 36 06 / 06 70 50 95 69     | Mme Maryse BERTOU                         |
| MONTAUX                             |                                     |   |
| LES GITES DU LAC - 2 pièces 4 pers  | 06 16 48 61 44 / 04 94 39 84 17     | Walid MANKAÏ                              |
| VILLA VERDI - 2p4 /3p6              | 04 94 47 60 63 / 06 61 22 39 48     | Sophie DESBOIS                            |
| SEILLANS                            |                                     |   |
| LE MAS DU GOÏO - villa + 2pièces    | 04 94 51 22 06                      | Jean Philippe CHAUVEAU                    |
| VILLA SEILLANI                      | 04 94 76 95 38 / 06 08 62 60 34     | Patrick LARRE                             |
| CHAMBRES D' HÔTES                   |                                     |   |
| CALLIAN                             |                                     |   |
| CARPE DIEM                          | 04 94 70 71 29 / 06 87 68 19 46     | Olivier FARON                             |
| FAYENCE                             |                                     |   |
| LA BEGUDE DU PASCOUREN              | 04 94 68 63 03 / 06 03 06 20 57     | Philippe DELAMBRE                         |
| L'ALBATROS                          | 04 94 47 65 58                      | Jacques & Nathalie VIROLLES               |
| L'OUSTAOU DE MADO                   | 04 94 76 25 41 / 06 32 65 38 07     | M-Françoise & Gérard CARDONA              |
| MAS DE LA COSTE                     | 06 26 98 46 34                      | Mme Rossi Jacqueline                      |
| CAMPING                             |                                     |   |
| FAYENCE                             |                                     |   |
| LOU CANTAÏRE                        | 04 94 76 23 77                      | Laurence ou Yvette NORE (vallée paradis)  |
| MONTAUX                             |                                     |   |
| LES FLORALIES                       | 04 94 76 44 03                      | BESIN Stéphane                            |
| OFFICE DE TOURISME                  |                                     |   |
| CALLIAN                             | 04 94 47 75 77 - 06 48 88 57 12     | Laëtitia ROLS                             |
| FAYENCE                             | 04 94 76 20 08                      | Edith                                     |
| MONTAUX                             | 04 94 47 75 90                      | Sylvie                                    |
| MONS                                | 04 94 76 39 54                      | Sandrine                                  |
| SAINT-PAUL                          | 04 94 39 08 87                      | Yves                                      |
| SEILLANS                            | 04 94 76 85 91                      | Elisabeth                                 |
| TANNERON                            | 04 93 60 71 73                      | Karen                                     |
| TOURETTES                           | 04 94 39 07 28                      | Josiane                                   |
| Aurélien VASSEUR                    | 04 94 85 73 79 / F:04 94 84 15 54   | fayence@esterel-cotedazur.com             |
| COMMUNAUTE COMMUNES                 | (chalet : 04 94 85 73 72)           | 06 31 27 35 69                            |

Source : Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur (2014)

**Annexe III : Bilan 2013 tourisme d'affaires du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur**

| <b>2013</b>                       | <b>nb de resa</b> | <b>nb de pers</b> | <b>nuitées</b> | <b>CA</b>          |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|----------------|--------------------|
| ANFH<br>20 mai                    | 7                 | 9                 | 13             | 1'521.00 €         |
| CLUB 41<br>12>15 sept             | 18                | 32                | 60             | 6'888.50 €         |
| FLOPETROL<br>3>7 juin             | 37                | 67                | 153            | 20'620.00 €        |
| MISTRAL SYSTÈME U<br>26 & 27 juin | 35                | 54                | 50             | 5'829.00 €         |
| SOS MEDECINS<br>16>18 octobre     | 65                | 79                | 123            | 11'743.00 €        |
| VEM 7&8 février                   | 210               | 256               | 313            | 24'336.00 €        |
| <b>TOTAUX</b>                     | <b>372</b>        | <b>497</b>        | <b>712</b>     | <b>70'937.50 €</b> |



**Annexe IV : Questions posées à Madame Pascale Gauthier lors de  
l'entretien du mardi 17.06.2014**

1. Combien de demandes de congrès recevez-vous par année ? Quel est le poids des demandes (nombre de personnes, nuitées estimées) ?
2. Combien de demandes aboutissent ?
3. Quelle est la durée moyenne des événements ?
4. Sur les événements organisés, les entreprises renouvellent-elles, en général, le même événement l'année suivante ?
5. Quel type d'entreprises visez-vous ?
6. Par quels moyens faites-vous connaître le palais des congrès et les prestations offertes ? Quel est votre budget consacré à la promotion de vos services ?
7. Quels sont les investissements prévus à court, moyen et long terme afin de rester compétitif en termes de services offerts ?



### **Déclaration de l'auteur (travail de bachelor)**

« Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Dorothée Tassan, responsable de l'hébergement au Pôle Touristiques Estérel Côte d'Azur, Régis Courvoisier, directeur du Pôle Touristique Estérel Côte d'Azur, Pascale Gauthier, responsable du bureau des congrès de Saint-Raphaël ».